
BACHELORARBEIT

Frau
Elisabeth Villotti

Seifenblasen contra Hartz-IV-TV:

**Der Kampf fiktionaler Unterhaltungsserien gegen
Scripted-Reality-Formate**

2014

BACHELORARBEIT

Seifenblasen contra Hartz-IV-TV:

**Der Kampf fiktionaler Unterhaltungsserien gegen
Scripted-Reality-Formate**

Autor:
Frau Elisabeth Villotti

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM11sT

Erstprüfer:
Prof. Dipl. -Ing. Christof Amrhein

Zweitprüfer:
Stefanie Oestreich
Bachelor of Media Management

Einreichung:
München, 22.01.2014

BACHELOR THESIS

Fairytales versus trash-TV:

**The struggle of fictional entertainment serials
against scripted-reality-TV**

author:
Ms. Elisabeth Villotti

course of studies:
applied science

seminar group:
AM11sT

first examiner:
Prof. Dipl. -Ing. Christof Amrhein

second examiner:
Stefanie Oestreich
Bachelor of Media Management

submission:
Munich, 22.01.2014

Bibliografische Angaben:

Elisabeth, Villotti:

Seifenblasen contra Hartz-IV-TV: Der Kampf fiktionaler Unterhaltungsserien gegen Scripted-Reality-Formate

Fernsehformate im Vergleich

2014 - 85 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstract

Fernsehen gehört zum Alltag der heutigen Gesellschaft. Jeder Zuschauer hat unterschiedliche Bedürfnisse und andere Mediennutzungsgewohnheiten. Die Fernsehanstalten streben danach diese zu bedienen. Mit der Jahrtausendwende ist geradezu ein Boom des Reality-Fernsehens einher gezogen. Heute, 14 Jahre später, besteht das Fernsehprogramm der meisten deutschen Privatsender sogar überwiegend aus Scripted-Reality-Formaten. Es scheint, als ob nach und nach fiktionale Unterhaltungsserien dafür verdrängt werden. Anhand einer Analyse und einem Vergleich zwischen den beiden Formaten, soll aufgezeigt werden, ob diese These der Wahrheit entspricht. Zusätzlich wurde eine Online-Umfrage gestartet, welche helfen soll, Antworten zu finden auf: Bevorzugt der Zuschauer ein Format einem Anderen? Wenn ja, warum? Bedingen die Zielgruppen die Formate, oder die Formate ihre Zielgruppe? Mit dieser Basis, möchte ich versuchen einen Einblick in die Programmstrukturen zu geben und die These: „Seifenblasen contra Hartz-IV-TV: Der Kampf fiktionaler Unterhaltungsserien gegen Scripted-Reality-Formate“ darlegen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	VIII
1 Einleitung.....	1
2 Das Fernsehprogramm.....	3
2.1 Entwicklung des deutschen Fernsehprogramms.....	5
2.2 Programmschemata.....	9
2.2.1 Das Nachmittags- und Vorabendprogramm.....	12
2.2.2 Unterschiede bei den Programmschemata.....	14
2.3 Genres und Gattungen.....	15
3 Fiktionale Unterhaltungsserien.....	17
3.1 Soap Opera - Die unendliche Geschichte.....	18
3.2 Das Aufkommen von „Daytime Soaps“ im deutschen Fernsehen.....	19
3.3 Telenovela – die lateinamerikanische Seifenoper.....	19
4 Trend: Reality-TV.....	22
4.1 Doku-Soaps und Reality-Soaps.....	23
4.2 Definition von Scripted-Reality-TV.....	26
4.2.1 Unterteilung von Scripted-Reality-TV.....	27
4.2.2 Scripted-Reality im deutschen Fernsehen.....	28
5 Scripted-Reality versus Daily-Serien.....	30
5.1 Dramaturgie.....	30
5.1.1 Offene Dramaturgie.....	31
5.1.2 Geschlossene Dramaturgie.....	31
5.1.3 “Serials” versus “series”.....	33
5.2 Produktion und Umsetzung.....	37
5.2.1 Vom Drehbuch zur Folge.....	38
5.2.1.1 Daily Soaps und Telenovelas – Produktion am Fließband...38	
5.2.1.2 Scripted-Reality Grundsatz: Flexibilität.....	41
5.2.2 Über Stab und Equipment.....	44
5.2.3 Von Establishing-Shots zu verwackelten Bildern.....	45

5.3	Inszenierung und Schauspielerführung.....	48
5.3.1	Der Regisseur und seine Schauspieler.....	49
5.3.2	Der Realisator und seine Laiendarsteller.....	50
5.4	Der finanzielle Aufwand.....	51
5.4.1	Von der Wirtschaftskrise zur Werbekrise.....	53
5.4.2	Bei der Herstellung gespart, das Programm gewonnen.....	54
6	Nachfrage durch den Rezipienten.....	55
6.1	Wer schaut sich Scripted-Reality warum an?.....	56
6.2	Folge: Stereotypen und Märchenfiguren.....	62
7	Fazit.....	64
	Literaturverzeichnis.....	X
	Anlagen.....	XI
	Eigenständigkeitserklärung.....	XVII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Subgenres des Reality-TV.....	23
Abbildung 2: Anzahl von Scripted-Reality-Formaten (2011).....	28
Abbildung 3: Zeitumfang von Scripted-Reality-Formaten pro Tag (2011).....	29
Abbildung 4: Syd Fields „story-driven“ 3-Akt-Schema.....	32
Abbildung 5: Das Modell der Franzschen Pyramide.....	32
Abbildung 6: Marktanteile im Fernsehjahr 2013 (alle Zuschauer).....	56
Abbildung 7: Marktanteile im Fernsehjahr 2013 (14-49-Jährige).....	57
Abbildung 8: Einteilung der Befragten in Alterskategorien.....	58
Abbildung 9: Repräsentative Häufigkeit der Fernsehnutzung.....	59
Abbildung 10: Begründung der Häufigkeit der Fernsehnutzung.....	60
Abbildung 11: Nutzung von Fernsehanstalten.....	60
Abbildung 12: Fernsehnutzung nach Formaten.....	61
Abbildung 13: Begründung der Nutzung von Scripted-Reality-Formaten.....	62

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erstes Programmschema der ARD 1958.....	6
Tabelle 2: Selbst erstellte Unterteilung der Fernsehgenres in Deutschland.....	16

1 Einleitung

Das Fernsehen ist nach wie vor ein wichtiges Medium, selbst für die „Online-Gesellschaft“ von heute. Egal, ob es darum geht sich zu informieren, oder um sich zu unterhalten, die gute alte Flimmerkiste ist immer noch hoch im Kurs. Das Angebot war bis jetzt relativ breitgefächert, von Reportagen zu Krimis, von Nachrichten bis hin zu Sitcoms. Seit einigen Jahren geht es jedoch im Fernsehen meist, um die einzig wahren, großen Probleme des alltäglichen Lebens; ein neuer Trend ist geboren: das sogenannte Real-Life-TV.

Das Nachmittags- und Vorabendprogramm füllt sich nach und nach mit sogenannten Dokusoaps, die auch zu den Formaten des Reality-TVs gehören. Es wird jedoch zunehmend schwieriger zu beurteilen, welche von diesen Sendungen wirkliche Dokumentationen des realen Lebens sind, und welche zu der Sparte Scripted-Reality gehören. Scripted-Reality-Formate zählen zwar auch zu dem Genre des Realitätsfernsehen, es wird dabei jedoch mit einem Drehbuch gearbeitet. Dieses relativ neuartige Format stellt eine unglaublich starke Konkurrenz zu den fiktionalen Unterhaltungsserien des deutschen Fernsehens dar, da beide Formate zu denselben Tageszeiten von privaten Sendeanstalten ausgestrahlt werden. Betrachtet man das deutsche Fernsehprogramm der letzten zehn Jahre, ist meiner Meinung nach ersichtlich, dass mehr und mehr Reality-Formate das Programm dominieren und fiktionale Unterhaltungsserien, wie Seifenopern und Telenovelas, abgesetzt beziehungsweise keine neuen Sendungen dieser Art mehr produziert werden. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob sich der Zuschauer in den letzten Jahren einem Format stärker zugewandt hat, oder ob sich die Sender dazu entschlossen haben, sich zu verändern und der Rezipient sich lediglich anpasst. Es kommen Fragen auf wie: Bevorzugt der Zuschauer ein Format einem Anderen? Wenn ja, warum? Bedingen die Zielgruppen die Formate, oder die Formate ihre Zielgruppe? Können Sender ihr Image durch Formate ändern?

Um den Sachverhalt überhaupt analysieren zu können, handelt Kapitel 2 zunächst von dem Fernsehprogramm im Allgemeinen. In diesem Kapitel wendet sich die Arbeit der Entwicklung des deutschen Fernsehprogramms zu, um eine Art Basis zu schaffen und zu erklären, wie es überhaupt zur heutigen Fernsehlandschaft in Deutschland kam. Daraufhin wird ein kurzer Einblick in die Welt der Programmplanung gegeben. Es wird erläutert, warum welches Format zu welcher Tageszeit am Besten ausgestrahlt und mit anderen kombiniert wird und welche Arten von Programmen möglich sind. Dann wird

im Speziellen auf das Nachmittags- und Vorabendprogramm eingegangen, da diese die für die spätere Analyse relevanten Zeiten sind. Zusätzlich werden noch die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmstrukturen erklärt. Nachdem noch eine Erklärung zu Genres und Gattungen des Programmfernsehens im Allgemeinen gegeben wird, wenden wir uns zunächst einmal der Definition der betreffenden Genres zu. Eines davon ist die fiktionale Unterhaltungsserie. In diesem Kapitel werden die grundlegenden Charakteristiken von Fernsehserien beschrieben, um daraufhin auf die Formate Soap-Opera und Telenovela genauer einzugehen und Fragen zu klären, wie sie entstanden sind und wie sie sich in Deutschland etablieren konnten. Das nächste Genre, das es zu definieren gilt, ist das des Reality-TV. Da es mehrere Formate innerhalb dieses Genres gibt, wird zunächst eine Übersicht über diese verschafft. Daraufhin beschäftigt sich die Arbeit mit den Formen der Doku- und Reality-Soap, um dadurch auf das Format Scripted-Reality hinarbeiten zu können. Nachdem eine Definition und eine Einteilung der Scripted-Reality-Sendungen dargelegt wurde, folgt der Vergleich der definierten Formate Daily-Soap, Telenovela und Scripted-Reality. Dieser Vergleich ist in mehrere Unterkapitel unterteilt, in denen alle relevanten Faktoren, wie die dramaturgische Haltung, der Produktionsablauf, die technische Umsetzung, die Inszenierung und die finanziellen Möglichkeiten analysiert werden. So wird verständlich dargelegt, wo die großen Unterschiede, aber auch die Gemeinsamkeiten der Formate Scripted-Reality und deutscher Daily-Serien liegen. Diese Vergleiche sollen aufzeigen, ob sich das Zuschauerverhalten oder der Sender verändert hat. Zusätzlich wurde eine Online-Umfrage initiiert, um anhand einer repräsentativen Befragung Daten in Bezug auf das Zuschauerverhalten bei Scripted-Reality Formaten zu erheben.

Ich möchte mit dieser Bachelorarbeit wissenschaftlich untersuchen, warum sich Scripted-Reality-TV aktuell im privaten Fernsehprogramm so fest etabliert hat und ob diese Formate auch wirklich so beliebt bei den Zuschauern sind, so dass sie fiktionale Unterhaltungsserien nach und nach vom Markt drängen können.

2 Das Fernsehprogramm

Jeder Fernsehsender hat ein bestimmtes Programm, sozusagen ein Profil. Dieses muss zunächst einmal aufgebaut, dann gepflegt und schlussendlich ausgebaut, beziehungsweise verbessert werden. Das kreierte Charakterbild dient als Grundlage für Wiedererkennung und auch als eine Art Orientierungsstütze für den Zuschauer, da er sich durch verschiedene Eigenschaften der Sender in der bunten Medienwelt besser zurechtfinden kann. Ein solches Image, mit einem zugehörigen Status, kann nur durch eine bewusst gesteuerte Kombination der Inhalte generiert werden, also durch die ausgestrahlten Formate. Durch verschiedene Strategien versuchen die Sender das Publikum zu erreichen, aber nur wer es schafft, die Rezipienten an sich zu binden, am besten langfristig, ist schlussendlich erfolgreich. Zusammengefasst gesagt: Fernsehsender erstellen Inhalte, verknüpfen diese in einer festgelegten Abfolge miteinander und vermarkten sie. Aber gerade die Kombination der verschiedenen Formate ist ein substanzieller Bestandteil der Leistung, die Fernsehsender erbringen müssen.¹ Die Rolle, die das Programmschema und seine Zusammenstellung für einen Kanal spielt, ist davon abhängig, welchen Auftrag er erfüllen beziehungsweise welches Ziel er erreichen soll, auf welcher ökonomischen Grundlage er basiert und welches Nutzungsverhalten des Publikums angestrebt wird.

Natürlich muss an dieser Stelle auch der Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern erläutert werden. Grundlage bei Beiden: Die Sender wollen durch die Ausstrahlung ihres Programmes die Aufmerksamkeit des Publikums für sich gewinnen. „Dies ist die Grundfunktion einer Programmplanung für beide Sendergruppen. Doch speziell für Privatsender gilt: „The primary goal in programming is to maximize the size of an audience targeted by advertisers.“² Die privaten Sender finanzieren sich durch Werbung. Das bedeutet, dass die Reichweite der Sendungen und somit auch der Werbung höchste Priorität genießt. Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten hingegen, finanzieren sich durch die Einnahmen der Gebühreneinzugszentrale (GEZ), welche den Rundfunkbeitrag bei der deutschen Bevölkerung einzieht. Auch aus diesem Grund lautet die Devise bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten: Erfüllung des Programmauftrages. Die Sender müssen Vielfalt, nichtsdestotrotz Ausgewogenheit gewährleisten. *„Dieser Binnenpluralismus wird durch die Mitwirkung von Vertretern ge-*

1 vgl. Eick 2007, S. 7

2 Eick zit. nach Eastman/Ferguson 2002, S.4

*sellschaftlich relevanter Einrichtungen und Organisationen in den Aufsichtsgremien gewährleistet.*³ Es gibt einige Gemeinsamkeiten zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, aber die Art und Weise und die Verwendung des Ressourcenprogramms ist ungleich. Jeder Sender hat seinen eigenen Programmplanungsstil und dadurch kommen die Unterschiede klar zum Vorschein. Die Kombination von fiktionalen und nicht fiktionalen Formaten sind im Zentrum der Programmplanungsstrategien. Andere Sendungen, wie zum Beispiel die Nachrichten, zählen auch den wichtigen Formaten, werden aber spärlich als Taktik eingesetzt. *„Sie sorgen zu meist unverrückbarer Zeiten verlässlich für entsprechende Einschaltquoten.“*⁴

Die Fundamente für das Profil eines Fernsehsenders, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, sind im sogenannten Rundfunkstaatsvertrag verankert. In diesem werden auch zwei Programmkategorien determiniert: das Vollprogramm und das Spartenprogramm. Bei diesen zwei Programmarten gibt es elementare Unterschiede, sei es bei der Herangehensweise oder bei der Programmgestaltung und -planung. Ein Vollprogramm wird im Rundfunkstaatsvertrag als *„ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden“*⁵ definiert. Das bedeutet: Vollprogramme haben zum Ziel, ein breit gefächertes Publikum anzusprechen, indem sie verschiedene Genres aus Informations- und Unterhaltungsformaten einsetzen.

Ein Spartenprogramm hingegen ist *„ein Rundfunkprogramm mit im Wesentlichen gleichartigen Inhalten“*.⁶ Im Gegensatz zum Vollprogramm, spezialisieren sich Sparten-sender also auf eine Programmart beziehungsweise ein Genre oder eine Zielgruppe. Musterbeispiel für ein Spartenprogramm ist der „Kinderkanal“.⁷

*„Die Programmgestaltung als Kernleistung der Sender zielt darauf ab, Zuschauer über längere Zeiträume hinweg und durch verschiedene Inhalte zu führen.“*⁸

3 zit. Eick 2007, S. 7

4 zit. Eick 2007, S. 8

5 zit. ALM 1991: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, URL: http://www.dvtm.net/fileadmin/pdf/gesetze/13._RStV.pdf (16.12.2013)

6 zit. ALM 1991: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, URL: http://www.dvtm.net/fileadmin/pdf/gesetze/13._RStV.pdf (16.12.2013)

7 vgl. Karstens/Schütte 1999, S. 165

8 Eick zit. nach Geisler 2001, S. 25

2.1 Entwicklung des deutschen Fernsehprogramms

Die regelmäßige Sendung von Fernsehbildern begann schon im Jahre 1935. 1936 läuft die erste Live Übertragung, die der Olympischen Spiele, im Fernsehen. Ein wichtiger Meilenstein für den deutschen Rundfunk. Trotz dieses bedeutenden Ereignisses, konnte erst nach Kriegsende ein umfassender Sendebetrieb nach und nach installiert werden.⁹

Zu diesem Zeitpunkt wurde die Entwicklung des Rundfunks im Nachkriegsdeutschland von den Siegermächten bestimmt. Mit der Spaltung des deutschen Reichs nach dem zweiten Weltkrieg, entfaltete sich das deutsche Fernsehen in unterschiedlicher Weise. In der späteren DDR kam direkt wieder ein zentraler Staatsrundfunk, unter der Aufsicht der kommunistischen Partei, zum Einsatz. Im Gegensatz dazu verlangten die Westalliierten eine Rundfunkstruktur, basiert auf einer staatsfernen Organisation. Aus diesem Grundgedanken entstanden die öffentlich-rechtlichen Anstalten zufolge der von ihnen geförderten föderalistischen Staatsordnung. Die Befugnis der Programmausstrahlung der einzelnen Sender, war zunächst an der Aufteilung der jeweiligen Besatzungszone ausgerichtet. Nach dem Krieg machte es die wirtschaftliche Lage schwierig, die Zulassung privater Sender in Betracht zu ziehen, des Weiteren war die Organisation privater Sender mit den Vorstellungen der Alliierten, die Deutschen zur Demokratie umzuerziehen, nicht konform.¹⁰

Die erste Rundfunkanstalt, die die Entwicklung des Fernsehens vorantrieb, war der Nordwestdeutsche Rundfunk. Im Jahre 1951 wurden erste Versuchssendungen drei Mal wöchentlich übertragen. Erst ab Weihnachten 1953 wurde täglich Programm ab 20.00 Uhr für die Dauer von zwei Stunden ausgestrahlt. Zusätzlich gab es nachmittags eine Kinderstunde. Ansonsten dominierten Live-Übertragungen aus dem Studio das Programm, denn diese waren sehr einfach zu produzieren und auszustrahlen. Um so viele Zuschauer wie möglich an die damals noch relativ seltenen Fernsehgeräte zu binden, waren diese Studiosendungen mit Absicht eine Mischung aus verschiedenen Themen, von Kabarett über wissenschaftliche Vorträge bis hin zu Quiz-Sendungen. Am 4. Januar 1953 ging die erste „Tagesschau“ auf Sendung. Anfangs konnte man jedoch noch nicht von aktueller Berichterstattung sprechen, da das Material aus den Kino-Wochen-

9 vgl. Eick 2007, S.10

10 vgl. Karstens/Schütte 1999, S.16 ff.

schaufen gesammelt wurde. Mit der Zeit versuchten eigene Kamerateams schrittweise auf 16-mm-Film Nachrichtenfilme zu produzieren.¹¹

Das Gute an Live-Studiosendungen war: Sie waren planbar und mit wenig Aufwand verbunden. Außen-Live-Übertragungen waren jedoch das genaue Gegenteil und wurden deshalb selten ins Programm aufgenommen. Erste wichtige Großereignisse, die live einem Massenpublikum zugänglich gemacht wurden, waren die Krönung von Königin Elizabeth II. 1953 und die Fußballweltmeisterschaft 1954.¹²

Am 1. November 1954 setzte sich das offizielle „Deutsche Fernsehen“ in Bewegung. Gestartet wurde es von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD). Die verschiedenen Fernsehanstalten mussten versuchen zusammenzuarbeiten, eine Art Programmplanung gestaltete sich aber schwierig, da sie mit unterschiedlich großen Anteilen an der Sendezeit beteiligt waren und sich deswegen um die Sendeplätze stritten.¹³

Hinsichtlich der Programmplanung wurden schon im Laufe der 50er Jahre erste Strukturen angelegt, da die ARD von mehreren Anstalten Material bezog und somit ihre Programme koordinieren musste. Das erste offizielle Programmschema im deutschen Fernsehen wurde 1958 präsentiert. Dies bezog sich jedoch nur auf die Hauptsendungen und beschrieb einen zweiwöchigen Turnus:¹⁴

	Woche A	Woche B
Sonntag	Unterhaltung (leichtes Spiel)	Unterhaltung
Montag	Information	Information
Dienstag	Unterhaltung	Fernsehspiel
Mittwoch	Information	Unterhaltung
Donnerstag	Anspruchsvolles Fernsehspiel	Fernsehspiel
Freitag	Information	Information
Samstag	Operette, Komödie, u.a.	Unterhaltung

Tabelle 1: Erstes Programmschema der ARD 1958.

¹¹ vgl. Karstens/Schütte 1999, S.18

¹² vgl. Trost Gabriele 2010: Fernsehen in Deutschland, URL: http://www.planet-wissen.de/kultur_medien/radio_und_fernsehen/fernsehgeschichte_in_deutschland/index.jsp (17.12.2013)

¹³ vgl. Karstens/Schütte 1999, S.18

¹⁴ Eick zit. nach Bleicher 1996, S.42

Erst seit 1957 gibt es Video-Aufzeichnungen, die sogenannte magnetische (Bild-) Aufzeichnung (MAZ). Dadurch ergaben sich ganz neue Möglichkeiten, denn Sendungen konnten vorproduziert werden, was die Planung und Koordination der einzelnen Anstalten erleichterte und dadurch auch großen Einfluss auf das Gesamtprogramm hatte.¹⁵

Der damalige Bundeskanzler Konrad Adenauer wollte als Kontrast zur ARD einen weiteren Sender begründen, welcher vom Staat gelenkt werden sollte. Aber schon 1961 wurde vom Bundesverfassungsgericht das „erste Fernsehurteil“ erlassen, welches besagt, dass kein Sender unter Einflussnahme der Bundesregierung gegründet werden darf. Deshalb scheiterte das „Deutschland Fernsehen“, auch „Adenauer Fernsehen“ genannt, an dem Grundgesetz und wurde am 31. März 1963 eingestellt. Nichtsdestotrotz forderten die Bundesländer ein weiteres bundesweites Fernsehprogramm, unabhängig von der ARD. Aus diesem Grund wurde am 1. April 1963 das „Zweite Deutsche Fernsehen“ (ZDF) in Betrieb gesetzt. Die Konkurrenz zur ARD war von Beginn an gegeben, da das ZDF versuchte, Bildungs- und Unterhaltungsprogramm stark von der Nachfrage durch den Zuschauer abhängig zu machen. Deshalb begann der neue Sender Krimis zu importieren und Fernsehshows in seinem Programm zu etablieren.¹⁶

Da das ZDF seinen Unterhaltungsanteil so in den Vordergrund gestellt hatte, musste die ARD nachrücken, um mit der Konkurrenz mithalten zu können. Damit aber nicht gegen den Rundfunkstaatsvertrag verstoßen wurde und der Sendeauftrag erfüllt werden musste, wurden 1964 die dritten Programme auf den Markt gebracht. Diese nutzte die ARD, um Bildungs- und Minderheitenprogramme umzudisponieren.¹⁷

Ein weiterer wichtiger Höhepunkt war die Einführung des Farbfernsehens im Jahre 1967. Durch dieses konnte das Erlebnis für den Zuschauer noch realer werden.

Anfang der 80er Jahre entschlossen die Ministerpräsidenten der Bundesländer, Kabelpilotprojekte zu starten, um die Basis für das duale System zu schaffen. Das duale Fernsehsystem, so wie wir es heute kennen, wurde jedoch erst 1984 gestartet. Die Sender Sat.1 und RTL Television strahlten ihr Programm anfänglich terrestrisch und über Satellit aus. Sobald das Kabelnetz fertig ausgebaut war, erschlossen sich flächendeckende Reichweitenmöglichkeiten. Durch die privaten Sender wurde die deutsche

15 vgl. Karstens/Schütte 1999, S.18

16 vgl. Trost Gabriele 2010: Fernsehen in Deutschland, URL: http://www.planet-wissen.de/kultur_medien/radio_und_fernsehen/fernsehgeschichte_in_deutschland/index.jsp (17.12.2013)

17 Vgl. Radermacher Thorsten 2001: Kurze Einführung in die Fernsehgeschichte. Vorlesungsmitschrift. URL: <http://www.medienstudent.de/studi/tvgesch.htm> (17.12.2013)

Medienlandschaft vom „Gebührenfernsehen“ zum „Marktfernsehen“ modifiziert¹⁸. Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten fühlten sich verpflichtet, den „Kampf“ mit den Privaten aufzunehmen, was eine Reorganisation in den inhaltlichen, programmtypischen und auch institutionellen Bereichen bedeutete. Private Sender übernahmen zwar einige Strukturen der öffentlich-rechtlichen Anstalten, sie setzten jedoch vermehrt auf Unterhaltungsformate und erschlossen Bereiche, die bisher im Deutschen Fernsehen so nicht existiert hatten. Anfänglich konzentrierte sich das Programm auf das Element Erotik. Durch einige seichte Sexfilme aus den 70er Jahren oder durch Shows wie „Tutti Frutti“, erzielte RTL bei den Zuschauern Aufmerksamkeit. Laut dem damaligen Geschäftsführer von RTL, Helmut Thoma, war dies „damals notwendig, weil es unsere Reichweite erhöhte. Wir mussten auffallen.“¹⁹

Auf dem privaten Fernsehmarkt konnten sich lediglich liquide Konzerne halten. Dies hatte zur Folge, dass sich zwei Unternehmen behaupten konnten: Sat. 1 mit seinen Gesellschaftern Axel-Springer-Verlag, Holtzbrink-Verlag und Leo Kirch, sowie RTL Television mit Beteiligungen der Bertelsmanntochter UFA, der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung und der CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion). Erst am 01.01.1989 trat dann auch der Sender ProSieben den Sendestart an. Nachdem er das Vorläuferprogramm „Eureka“ abgelöst hatte, programmierte er sein zuvor sehr informatives Programm auf Jugendliche um, indem er amerikanische Serien importierte und wenig Nachrichten und Sportsendungen anbot. Anfang der 90er startete dann die zweite Generation der Fernsehsender die Betriebsaufnahme. In den Jahren 1992/93 strahlten Kabel Eins (damals: Kabelkanal), n-tv, DSF (vorher Tele5), VOX, RTLII und VIVA ihr Programm zum ersten Mal aus. Als dritte Generation kamen 1995 folgende Sender dazu: Nickelodeon, Super RTL, tm3, VIVAzwei, VH-1 und ab 1996 Onyx.²⁰

In Deutschland ist heutzutage der größte Free-TV-Fernsehmarkt in Europa zu finden. Vorteil dabei ist das vielfältige Angebot. Der Nachteil dabei ist allerdings der starke Wettbewerb. Jeder Sender konkurriert mit den anderen Sender um die Aufmerksamkeit der Zuschauer und das Privileg, einen Werbekunden für sich zu gewinnen, nur um auf dem Markt bestehen zu können und als Daseinsberechtigung. Am Besten können die Anstalten durch ihre Programmgestaltung steuern.²¹ Da sich die privaten Sender nur

18 Eick zit. nach Plake 2004, S. 153

19 Rosenbach/Tuma zit. nach Helmut Thoma 2006: Wir brauchen Zirkus. Interview mit Helmut Thoma. URL: <http://www.w.spiegel.de/spiegel/print/d-49767420.html> (17.12.2013)

20 vgl. Eick 2007, S.12

21 vgl. Eick 2007, S.13 ff.

durch Werbeeinnahmen finanzieren können, sind die Faktoren Einschaltquote und Marktanteil zum „non plus ultra“ geworden. Auch wenn der Zuschauer sich dadurch mit steten Werbeunterbrechungen herumschlagen muss, kamen erst durch die Privaten neue Formate nach Deutschland, wie zum Beispiel Comedysendungen, Reality-TV und Daily-Soaps. Durch die richtige Kombination und den exakt positionierten Einsatz der gewählten Formate, besteht für den Sender die Möglichkeit mit dem Zuschauer eine spezielle Art von Bindung einzugehen.

2.2 Programmschemata

Jeder Fernsehsender muss sich seinem Publikum anpassen, denn wie in Kapitel 2 schon erwähnt, ist ein Sender schlussendlich nur erfolgreich, wenn er es schafft, sich die Aufmerksamkeit der Rezipienten, bestenfalls langfristig, zu sichern. Um dies zu bewerkstelligen, passt der Sender seine Programmplanung dem Tagesablauf der gewünschten Zielgruppe an. Aber die Gesellschaft befindet sich in einem ständigem Wandel, sodass sich die Sender gezwungen fühlen, ihr Programmschema regelmäßig mit den neuen Trends und Bedürfnissen der Zuschauer abzustimmen. Es beginnt alles bei der sogenannten Mediennutzung, die sich mit dem Konsum der verschiedenen Medien beschäftigt. Über den Tag verteilt sie sich wie folgt: Das beliebteste Morgenmedium ist die Zeitung. Sie wird am stärksten zu Tagesbeginn gelesen. Hingegen wird bis 17.00 Uhr oft das Radio genutzt, sodass es ein klassisches Tagesbegleitmedium gilt. Am späten Nachmittag und am Abend richtet sich die Konzentration des Rezipienten dann meist auf das Fernsehen. Das Internet dagegen, wird ganztägig genutzt und wächst in seinen Nutzungsanteilen konsequent.

Berücksichtigt werden muss auch, dass die rezeptive Fernsehnutzung des Zuschauers anders ist als in den ersten Fernsehtagen. Ab Ende der 60er Jahre saß meist die ganze Familie nach dem Abendessen zusammen vor dem Fernseher. Aber mit dem Wandel der Zeit, dem Fortschritt der Technologie und der Änderung finanzieller Umstände ist es heutzutage üblich, dass fast jedes Familienmitglied einen eigenen Fernseher besitzt, sodass das gemeinsame Fernseherlebnis zur Rarität geworden ist. Zusätzlich hat sich auch das Konsumverhalten des Rezipienten verändert: der Zuschauer ist selektiver, zappt verstärkt und hat ein deutlich variantenreicheres Freizeitverhalten als noch vor Jahren. Da es immer mehr Sender gibt, muss jeder Sender versuchen, sich diesem Verhalten bestmöglich anzupassen. Es geht nicht mehr um eine bloße Aneinanderreihung von einzelnen Sendungen, sondern um eine detailliert auf den Zuschauer abgestimmte Matrix.

Deshalb sprechen die Sender über den Tag verteilt verschiedene Zielgruppen an. Um dabei den Überblick zu behalten, wird der Tag in bestimmte Bereiche eingeteilt, welche an das Verlangen und das Bedürfnis des Publikums angepasst werden. Diese Unterteilung nennen die Amerikaner *Dayparting*. Zu gewissen Tageszeiten ähnelt das Fernsehprogramm dem eines Spartenkanals: Der Inhalt wird auf die Zielgruppe zugeschnitten.²²

Die Zeitzonen im Tagesverlauf des Fernsehens, die sehr unterschiedliche Bedeutungen, sowohl für den Gesamterfolg des Senders, als auch für die Struktur des Programmangebots haben, sind folgende:

- Early Morning
- Daytime
- Access Prime Time
- Prime Time
- Late Night
- Over Night

Early Morning ist ein wichtiger Teil der Daytime. In der Zeit von 7.00 Uhr bis 10.00 Uhr finden sich vor allem zwei Zuschauergruppen vor dem Fernseher ein: Erwachsene, die sich auf den Arbeitstag vorbereiten und Kinder, bevor sie in die Schule gehen. Meist werden Nachrichten und Informationsprogramme ausgestrahlt, Kinder können sich hauptsächlich an den an sie gerichteten Spartenkanälen bedienen, wobei manche Vollprogramme auch morgens Kindersendungen ausstrahlen.²³

Die Daytime, das heißt die Zeit zwischen 6.00 Uhr morgens und 17.00 Uhr oder 18.00 Uhr abends, wird von einer langsam, aber stetig wachsenden Fernsehnutzung bestimmt. Die Zielgruppen sind hierbei vor allem Hausfrauen, Rentner, Kinder und Studenten. Der Inhalt muss hier einfach zu verstehen sein und das Fernsehen fungiert als Nebenbeimedium, deshalb werden hauptsächlich Talkshows, Seifenopern, Telenovelas, Reality-Soaps und Doku-Soaps gesendet. Auch Magazine für die Hausfrau sind ein wichtiger Programmbestandteil, mit den Themen rund um Garten, Haustierhaltung, Kochvorschläge, Reisetipps, Gesundheit und Serviceangebote.²⁴

²² vgl. Eick 2007, S.82

²³ vgl. Eick 2007, S.83

²⁴ vgl. Eick 2007, S.84

Die Periode zwischen 17.00 Uhr bis 20.00 Uhr ist der Vorabend, auch Access Prime Time genannt. In dieser Zeitspanne kommen Rezipienten aller Altersgruppe nach Hause. Um zu Hause richtig anzukommen, benötigt es Fernsehmaterial zur Entspannung, das heißt Comedies, Gameshows, Daily Soaps, Telenovelas sind sehr stark vertreten, aber auch Informationssendungen, falls der Zuschauer den Tag noch einmal Revue passieren lassen möchte. Die Phasen der späten Daytime und der Access Prime Time mit ihren Daily Soaps und Telenovelas sind für den Sender von großer Bedeutung.²⁵ Warum das so ist, wird im folgenden Kapitel explizit ausgeführt.

In kürzester Zeit steigt in der Access Prime Time die Fernsehnutzung rapide auf das Niveau an, das sie am Hauptabend, das heißt in der Prime Time von 20.00 Uhr bis 23.00 Uhr, erreicht. Die Prime Time ist die Zeit, in der die Mehrheit der Gesamtbevölkerung fernsieht; der absolute Spitzenwert wird gegen 21.00 Uhr erreicht. Inhalte in diesem Zeitraum sind hauptsächlich Shows und Fiction-Sendungen. In Deutschland überwiegen Krimis und Dramen, da diese beim Rezipienten sehr gut ankommen. Für die Non-fictional-Interessierten gibt es Magazine und Dokumentationen.

Als es nur öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gab, war festgelegt, dass ab Mitternacht zum Zeichen des Sendeschlusses nur noch ein Testbild gesendet und der Programmbetrieb eingestellt wurde, um die Bevölkerung zu schonen und ihr ausreichend Schlaf zukommen zu lassen. Nur am Wochenende wurde manchmal sogar bis 1.30 Uhr gesendet. Erst nach der Etablierung der Privatsender, fühlten sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten verpflichtet, auch 24 Stunden täglich zu senden und rüsteten daraufhin konsequent auf, bis sie dasselbe Pensum erreicht hatten.²⁶

Am Abend zwischen 23.00 Uhr und 0.30 Uhr, auch Late Night genannt, nimmt die Zuschauerschaft zusehend ab, um in der verbleibenden Nacht auf ein minimales Niveau abzusinken.²⁷ Vor allem Kaufserien, Sitcoms, Informationsprogramme und weitere Fiction-Sendungen werden ausgestrahlt, sehr beliebt sind auch Shows mit Informationsgehalt und einigen Gags, um den Abend ausklingen zu lassen, wie zum Beispiel die „Harald Schmidt Show“.

Ab 0.30 Uhr setzt die Nachtschiene ein, auch Over Night genannt. Zu dieser Uhrzeit erreicht der Sender nur eine geringe Zuschauerschicht. Es sind meist Nachtschwärmer, Schichtarbeiter, Jugendliche oder Menschen mit Schlafstörungen, die zu dieser Zeit ih-

²⁵ vgl. Eick 2007, S.87 f.

²⁶ vgl. Eick 2007, S.89

²⁷ vgl. Karstens/Schütte 1999, S.164

ren Fernseher anmachen. Deshalb versucht der Sender bei diesem Programm so gut wie möglich zu sparen und greift auf billige Spielfilme zurück oder setzt auf Wiederholungen aus der Prime Time.²⁸

Nicht immer erreicht man mit dem Programm genau die Zielgruppe, die man eigentlich zu der Periode ansprechen will, sondern findet Zuschauer, die man nicht erwartet hatte. Zum Beispiel sehen ältere Kinder auch gerne das Nachtprogramm, sofern sie die Möglichkeit dazu haben, weil sie sich vielleicht erwachsener fühlen wollen. Ebenso sehen vielleicht ältere Singles das frühe Abendprogramm, weil sie sich von den warmen und angenehmen Shows, die auf die jungen Zuschauer ausgerichtet sind, angesprochen fühlen.²⁹

Im den folgenden Kapiteln wird es lediglich um das Nachmittags- und Vorabendprogramm gehen, da die Betrachtung dieser Sendezeiten für diese Bachelorarbeit relevant sind. Daher gilt es, die Struktur dieses Programms zu verstehen und aufzuarbeiten.

2.2.1 Das Nachmittags- und Vorabendprogramm

Das Nachmittagsprogramm ist ein Teil der Daytime und muss mannigfache Zuschauergruppen ansprechen und das mit geringst möglichem Kosteneinsatz aber größtmöglicher Publikumsreichweite. Tagsüber können weniger Erlöse eingespielt werden, da sich nur der nicht offiziell arbeitende Teil der Bevölkerung dem Fernsehen zuwenden kann. Daraus folgt: die Kosten müssen in der Prime Time wieder getilgt werden. Deshalb koordinieren die Sender automatisch preisgünstigere Formate vor der Hauptsendezeit, um diese, ökonomisch gesehen, zu entlasten. Die Sender passen ihre Programme auch auf die Wünsche ihrer „Tagsüber-Zielgruppen“ an, sprich an die Bedürfnisse der Hausfrauen/-männer, Rentner, Kinder und Jugendlichen. Wichtig hierbei ist der Kommunikationszustand der Zuschauer. Beim abendlichen Fernsehkonsum ist es dem Rezipienten möglich, sich fast ausschließlich auf das Programm zu konzentrieren. Tagsüber hingegen, beziehungsweise nachmittags werden noch alle möglichen Aufgaben erledigt: der Haushalt steht an bei Hausfrauen, Schulaufgaben bei Kindern und Studenten und bei den Rentner vielleicht ein oder zwei Kreuzworträtsel. Der Fernseher wird so zu einem Nebenbeimedium. Deshalb ist es wichtig, dass bei der Programmgestaltung vor allem auf den auditiven Sinn des Zuschauers, sprich das Gehör, gebaut wird. Seifenopern, Telenovelas, Reality-Soaps und Doku-Soaps eignen sich wunderbar, wenn nur neben-

28 vgl. Eick 2007, S.91

29 vgl. Eick 2007, S.83

bei zugehört wird. Diese Formate haben melodramatische Züge und bestehen aus einem sehr hohen Sprachanteil, sodass auch andere Tätigkeiten währenddessen machbar sind.

Die vorhin genannten Zuschauergruppen stehen ihren Lieblingsformaten sehr loyal gegenüber. Meist werden die Sendungen auch über Jahre hinweg angeschaut, da sich ein bestimmter Tagesablauf einspielt und sich das Fernsehen und seine Formate darin als fester Bestandteil einschleichen. Zusätzlich identifizieren sich auch viele Zuschauer gerne mit den vorkommenden Charakteren, weil sie dieselben oder ähnlichen Probleme, Vorlieben oder Eigenschaften aufweisen. Oftmals wird die Qualität des Nachmittagsprogramms beklagt und viele stehen auch den Genres abschätzig gegenüber, aber anscheinend funktionieren diese „seichten“ Formate in finanzieller Hinsicht und auch in Hinblick auf die Einschaltquoten, sonst würden sich die Sender eine andere Strategie überlegen.³⁰

Dass sich diese Formate auch in der sogenannten Access Prime Time wiederfinden, bestätigt ebenfalls ihren Erfolg. Bei dem deutschen Vorabendprogramm gibt es jedoch nicht nur leichtes Programm zur Entspannung, sondern zusätzlich auch informative Sendungen, da sich manch ein Arbeiter nach seinem Arbeitstag darüber informieren möchte, was im Laufe des Tages passiert ist.

Die Access Prime Time lässt sich zusätzlich noch in zwei Kategorien unterteilen: Early Fringe und Prime Access. Die Early Fringe umfasst den Zeitraum von 18.00 Uhr bis 19.00 Uhr. Das hauptsächliche Zielpublikum zu dieser Zeit sind Erwachsene, die nach der Arbeit nach Hause kommen, weswegen in diesem Zeitraum überwiegend Nachrichten und Magazine ausgestrahlt werden. In der Prime Access von 19.00 Uhr bis 20.00 Uhr finden sich hingegen schon viele Zuschauer vor den Fernsehgeräten ein, um sich für die Prime Time bereit zu machen. Formate wie Infotainment, Comedies oder Gameshows versuchen den Wünschen des Publikums gerecht zu werden, aber vor allem liegt die Hoffnung der Sender bei Daily Soaps. Langlaufenden Serienformaten, egal ob fiktional oder non-fiktional. Sie sind für die hohe Zuschauerbindung verantwortlich, denn wie vorhin erwähnt, sind Fans von Seifenopern, Serien oder Telenovelas extrem loyal. Diese Formate haben eine hohe Relevanz für die einzelnen Fernsehsender, denn wenn die Zuschauer sich in der Access Prime Time einmal für einen Sender entschieden haben, stehen die Chancen sehr gut, diese Zuschauer auch mit ins Prime Time Programm zu nehmen. Deshalb wird auch bei den Formaten während der Access Prime Time ständig auf das Nachfolgeprogramm hingewiesen. Dieses Vorabendpro-

30 vgl. Eick 2007, S.84 f.

gramm kann somit über den Erfolg des gesamten darauffolgenden Abends entscheiden.³¹

2.2.2 Unterschiede bei den Programmschemata

Bei einem Programmschema ist der Unterschied zwischen Vollprogramm und Spartenkanal von großer Bedeutung. Ein weiterer ist der Kontrast zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendeanstalten. Die öffentlich-rechtlichen Sender wie ARD und ZDF müssen ihre Sendezeit so koordinieren, dass sämtliche Altersgruppen angesprochen werden, deshalb ist das Programm stets abwechslungsreich. Denn es gilt, den sogenannten Programmauftrag zu erfüllen. Dieser besagt, dass die verschiedenen Alters- und Bevölkerungsgruppen mit einem Konglomerat aus Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung zu versorgen und gleichzeitig so viele Interessen der Zuschauer wie möglich zu berücksichtigen sind. Dabei entstehen unbeabsichtigte abrupte Genrewechsel und auch Sendungen für Minderheiten müssen in Kauf genommen werden, damit der Programmauftrag erfüllt werden kann. Deshalb kann es durchaus passieren, dass auf ein Wirtschaftsmagazin eine Telenovela folgt oder am Abend, im Anschluss an den Prime Time Spielfilm, eine religiöse Dokumentation ausgestrahlt wird. Das Programm ist jedoch nicht willkürlich zusammengestellt worden, sondern die Sender versuchen der Vielfalt, die im Rundfunkstaatsvertrag verlangt wird, gerecht zu werden.³² Zum Beispiel bestimmen bei der ARD die Programmverantwortlichen aller Landesrundfunkanstalten das Fernsehprogramm in Programmkonferenzen, nur die dritten Programme werden von den jeweiligen Landessendern eigenständig geplant.

Im Rundfunkstaatsvertrag sind bundeseinheitliche Regelungen für die Sendeanstalten festgelegt, wie beispielsweise auch, dass eine Berichterstattung stets objektiv sein muss. Die Sender werden kontrolliert durch den Rundfunk- und Fernsehrat. Die Landesmedienanstalten überwachen, ob das Programm seinem rechtlichen Auftrag auch wirklich gerecht wird. Damit die verschiedenen Bedürfnisse erfüllt werden können, besteht der Rundfunkrat aus Vertretern der Kirche, Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften oder aus der Familienpolitik. Falls von Seiten der Zuschauer Beschwerden oder Verbesserungsvorschläge aufkommen sollten, können diese Zuschauerbriefe an die Landesmedienanstalten schicken. Das alles kostet selbstverständlich Geld. Die öffentlich-rechtlichen Sender finanzieren sich durch die Rundfunkgebühr, die ungefähr 80 Prozent der Ausgaben deckt.

³¹ vgl. Eick 2007, S.87 f.

³² vgl. Karstens/Schütte 1999, S.166

Das Privatfernsehen finanziert sich durch Werbeeinnahmen. Deshalb ist das Programm für private Sendeanstalten eigentlich nur Mittel zum Zweck, denn je höher die Zuschauerzahl ist, desto besser können die Werbeblöcke platziert werden. Ziel ist es, den Zuschauer so lange wie möglich vom Umschalten abzuhalten. Sind die Einschaltquoten hoch, können die Werbeminuten teurer verkauft werden. Es werden gezielt Sendungen mit hoher Einschaltquote gesendet. Wenn das Zuschauerinteresse sinkt, kann es zum vorzeitigen Ende von eigentlich längerfristig geplanten Formaten kommen. Damit die Quote gehalten werden kann und da das Privatfernsehen keinen Bildungsauftrag hat, versuchen private Sender Genrewechsel, wie sie bei den öffentlich-rechtlichen Programmen vorkommen, zu vermeiden. Denn Privatfernsehen war und ist primär ein Unterhaltungsmedium. Gerade wegen der vielen Unterhaltungsformate hagelt es oft Kritik, beispielsweise wegen der zu vielen Scripted-Reality-Formate. Nichtsdestotrotz haben Privatsender die öffentlich-rechtlichen Anstalten durchaus beeinflusst und inspiriert.³³

2.3 Genres und Gattungen

„Eine Fernsehsendung ist eine Gruppe von thematisch oder redaktionell zusammenhängenden bewegten Bildern, die von Fernsehsendern über Antenne oder Satellit ausgestrahlt und mit Hilfe von entsprechenden Empfangsanlagen (Satelliten-Empfänger, TV-Tuner, Breitbandkabel-Anlage (Kabelfernsehen) und neuerdings auch DVB-T-Decoder) empfangen und auf einem Fernseher oder einem anderen Bildschirm wiedergegeben oder mittels eines Videorekorders aufgezeichnet werden können.“³⁴

Fernsehsendungen können live, das heißt fast gleichzeitig mit der Aufnahme der Bilder, oder zeitversetzt als aufgezeichnete Sendung, übertragen werden.

Live-Sendungen sind meist die täglichen Nachrichtensendungen, Shows oder Sportereignisse. Die meisten anderen Sendungen werden aufgezeichnet.

Fernsehsendungen lassen sich grob in folgende Genres beziehungsweise Formate aufteilen:

Call-in-Gewinnspiele	Kabarett	Reality-TV
Comedy-Sendungen (z.B. Sitcoms)	Kochsendungen	Regionalsendungen

³³ vgl. Schiertz Nicole 2013: Fernsehen und Radio für jedermann – der öffentlich-rechtliche Rundfunk. URL: <http://www-w.schekker.de/content/fernsehen-und-radio-für-jedermann—der-öffentlich-rechtliche-rundfunk> (18.12.2013)

³⁴ zit. Fremdwort 2013: Definition Fernsehsendung. URL: <http://www.fremdwort.de/suchen/bedeutung/Fernsehen-dung> (18.12.2013)

Dokumentationen	Kultursendungen	Reisesendungen
Doku-Drama	Kunstsendungen	Reportagen
Fernsehfilme	Literaturverfilmungen	Satire
Fernsehspiele	Musiksendungen	Shows(Spielshows, Talentshows, etc.)
Fiktionale Unterhaltungsserien	Nachrichten	Sportberichterstattung, Sportübertragungen
Nicht fiktionale Unterhaltungsserien	Magazine	Teleshopping
Geschichtssendungen	Quizsendungen	Theater-Aufführungen, Opern etc.
Informationssendungen	Ratgebersendungen	Volkstümliches
Spielfilme (Action, Abenteuer, Thriller, Horror, Krieg, Science Fiction, Fantasy, Drama, Romanze, Western, Krimi, etc.)		

Tabelle 2: Selbst erstellte Unterteilung der Fernsehgenres in Deutschland.

Diese Genres und Gattungen haben sich nach und nach entwickelt. Einige haben sich aus anderen Genres heraus gebildet, andere sind wiederum Fusionen zwischen verschiedenen Formaten. Die folgenden zwei Kapitel beschäftigen sich ausschließlich mit fiktionalen Serienformaten und Reality-TV-Formaten, da diese zu den zu untersuchenden Bereichen zählen, die es gilt zu definieren, zu analysieren und zu verstehen.

3 Fiktionale Unterhaltungsserien

Eine klassische Fernsehserie wird definiert durch ihre periodische Ausstrahlung und durch die Kontinuität der darin vorkommenden Figuren.³⁵ Die Sendungen werden meist in zyklischen Intervallen ausgestrahlt. Die gebräuchlichsten Abstände sind hierbei die tägliche oder wöchentliche Übertragung (siehe auch Kapitel 3.1). Wichtig für eine Serie sind auch beständige Charaktere oder zumindest gleichbleibende Hauptdarsteller, damit der Rezipient eine Bindung zu den Personen und der Handlung aufbauen kann und dadurch zu einem dauerhaften Zuschauer wird. Fernsehserien können fiktional oder nicht fiktional sein. Bei den nicht fiktionalen Formaten spricht man von einigen Genres des Reality-TV (siehe Kapitel 4) oder von Dokumentationen. Die ursprünglichen Unterhaltungsserien sind rein fiktional, sprich es werden keine Geschichten nach wahren Begebenheiten erzählt, sondern bloß erfunden. Zusätzlich ist es so den Autoren auch möglich in verschiedene Richtungen zu gehen, das heißt es gibt Serien, die aus völlig verschiedenen Genres kommen. Das ist der Grund, warum es heutzutage ein weites Spektrum von der Actionserie, über die Kriminalserie bis hin zur Arztserie und noch vielen weiteren gibt.

Um eine Fernsehserie richtig zu definieren, muss der Unterschied zwischen den aus dem englischsprachigen Raum stammenden Begriffen „Series“ und „Serials“ determiniert werden, der mit der narrativen Struktur einer Serie zu tun hat. Im deutschen Sprachraum gibt es für diese Termini keine exakte Übersetzung.

Serien, die zu den „Series“ gehören, basieren in jeder Folge auf einer in sich abgeschlossenen Erzähleinheit. Verbunden werden die einzelnen Folgen dann mit den immer gleichbleibenden Hauptcharakteren und beständigen Handlungsorten. „Series“ liefern zum Beispiel für Kriminalserien die Grunderzählstruktur. In jeder Folge gibt es am Ende eine Auflösung und in der Nächsten liegt wieder ein neuer Fall vor.

Den „Serials“ dagegen liegen als Erzählform verschachtelte Handlungsstränge zugrunde. Diese können sich über mehrere Folgen verteilen und schließen unabhängig voneinander ab. Sobald ein Handlungsstrang abgeschlossen ist, startet parallel ein Neuer, der dann wiederum Seite an Seite mit den schon vorhandenen Strängen erzählt wird,

35 vgl. Junklewitz Christian 2012: Was ist eine Serie? Definition. URL: <http://www.serienjunkies.de/news/ask-junkie-serie-38114.html> (19.12.2013)

wie zum Beispiel bei Soap Operas und Telenovelas.³⁶ Das folgende Kapitel wird sich mit eben diesen beiden Arten von „Serials“ beschäftigen, da diese die relevanten Untersuchungsformate in Kapitel 5 darstellen werden.

3.1 Soap Opera - Die unendliche Geschichte

Es gibt in der Literatur keine eindeutige Definition von dem Format Soap Opera. Nichtsdestotrotz sind sich zum Beispiel Weiß und Wiegard einig, dass es zwei Typen von Soap Operas gibt. Zum Einen die „Daytime Soaps“ (auch Daily Soaps genannt), das sind preisgünstige Produktionen, die wie am Fließband hergestellt werden müssen, da sie täglich ausgestrahlt werden. Zum anderen die „Primetime Soaps“, welche wöchentlich in der Primetime (manchmal auch in der Access Prime Time) ausgestrahlt werden, höhere Produktionskosten haben und dafür technisch besser auftreten. Formal und inhaltlich sind sich die beiden Typen aber so ähnlich, dass sie dem gleichen Genre zugeordnet werden können.^{37 38} Das auffälligste Merkmal einer Seifenoper ist die narrative Unendlichkeit, die auch daher rührt, dass dieses Format zu den „Serials“ gehört (siehe Kapitel 3). Durch mehrere parallel laufende Handlungsstränge und der langsamen Erzählweise, ist es dem Zuschauer möglich, spontan in die Serie einzusteigen. Durch den sogenannten „Cliffhanger“ ist es möglich, die Spannung stetig zu halten. „Cliffhanger“ bedeutet, dass die Folge mitten auf der Spannungsspitze der letzten Szene endet und der Zuschauer die Auflösung erst in der darauffolgenden Episode erfährt. Die dramaturgische Struktur an sich, wird in Kapitel 5.1 explizit geschildert.

Ursprünglich stammt die Soap Opera, auf deutsch Seifenoper, aus Amerika. Zunächst war dieses Format nur beim Radio vorzufinden. Da Anfang der 30er Jahre fast jeder amerikanische Haushalt ein Radio besaß, wurde es schon damals durch Werbung und Sponsoring finanziert. Schon zu dieser Zeit hatte man erkannt, dass Abends viel mehr Leute zu Hause waren und somit wurden die Sendezeiten schon in Primetime und Daytime eingeteilt. Da Tagsüber vor allem Hausfrauen Radio hörten, wurden diese zur Zielgruppe. Ihren Namen erhält die Soap Opera durch die Seifenfabrikanten und Waschmittelkonzerne, wie *Procter und Gamble* oder *Colgate Palmolive-Peet*, die dieses Format sponserten und teilweise auch namentlich in der Serie erwähnt wurden.³⁹

³⁶ vgl. Wiegard 1999, S.10

³⁷ vgl. Weiß 2004, S. 17

³⁸ vgl. Wiegard 1999, S. 11 ff.

³⁹ vgl. Weiß 2004, S.26 ff.

Ein wichtiges Merkmal war und ist, dass viele Wiederholungen in den Gesprächen dominieren, denn die Hausfrau musste nebenbei noch andere Tätigkeiten verrichten können oder eine Folge musste aus bestimmten Gründen ausgelassen werden können, ohne den Anschluss zu verlieren. Der Erfolg dieser Sendungen ließ nicht lange auf sich warten, jedoch wurde er bald schon vom Aufkommen des Fernsehens übertroffen. Viele Sponsoren entschlossen sich, das Radio zu verlassen und dafür Fernsehseifenopern zu produzieren, sodass das Genre bald beim auditivem Medium ausstarb und nach und nach auch weltweit exportiert wurde.

3.2 Das Aufkommen von „Daytime Soaps“ im deutschen Fernsehen

Die Soap Opera in Deutschland konkurrierte anfangs sehr stark mit der deutschen Familienserie, da es in den Soap Operas meistens um Familie und Freundschaft und deren Interaktion ging. Die ersten Seifenopern, die in Deutschland ausgestrahlt wurden, waren amerikanische Weekly-Soaps wie zum Beispiel der „Denver Clan“. Da das Format so erfolgreich lief, wurden immer mehr Soaps importiert. Im Dezember 1985 wurde die erste in Deutschland produzierte Weekly-Soap ausgestrahlt: „Die Lindenstraße“ (ARD). Sie gilt als Wegbereiter für die heutigen deutschen Daily-Soaps. Seit Anfang der 90er Jahre hatten sich die Weekly-Soaps im deutschen Programm sehr gut etabliert, sodass sich die Produktionsfirma Grundy UFA TV Produktions GmbH 1992 traute, mit „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ die erste Daily-Soap für RTL zu produzieren. Ein regelrechter Boom folgte, sodass RTL weitere deutsche Daily-Soaps, wie „Unter Uns“ ausstrahlte, und auch der öffentlich-rechtliche Sender ARD mit den Seifenopern „Verbotene Liebe“ und „Marienhof“ im Jahr 1995 nachzog. Erst Jahre später schafften es die deutschen Produktionsfirmen auch die Telenovela zu etablieren, obwohl sich diese zwei Formate eigentlich stark ähneln.

3.3 Telenovela – die lateinamerikanische Seifenoper

Eine Telenovela ist ursprünglich eine lateinamerikanische Form der täglichen Fernsehserie, die seit Ende der 80er Jahre weltweit exportiert wurde. „Novela“ bedeutet übersetzt Roman. Das Format wurde ursprünglich von den europäischen Fortsetzungsromanen aus dem 18. und 19. Jahrhundert abgeleitet. Laut Quitzsch vereint die Teleno-

vela den Text von Roman-, Theater- oder Fernsehdrehbüchern mit Techniken der Fernseh-, Film-, Radio- und Theaterproduktion.⁴⁰

Als in den USA die Radioseifenopern schon erfolgreich liefen, versuchte man auch in Kuba dieses Format zu adaptieren. Da die Sendungen jedoch auf Englisch produziert wurden, es also zu Sprachbarrieren kam, und es im Süden verschiedenartige kulturelle und soziale Umstände gab, wurde das Genre des Romans in die Medienwelt eingeführt, sodass die Radionovela entstand. Nach und nach wurde das Potenzial auch für den Fernsehmarkt eröffnet und der Begriff der Telenovela kam auf. Das Format wurde erst für den nationalen Markt, sprich Lateinamerika, produziert und dann fort folgend weltweit exportiert. Typisch für Telenovelas ist, dass lokale Einflüsse und Traditionen mit in die Erzählungen einfließen, um das nationale Publikum besser zu erreichen. Für Südamerika selbst ist die Telenovela ein sehr wichtiger Teil ihrer Kultur. Dieses Format fungiert teilweise als Verständiger bei geographischen, politischen, ökonomischen und kulturellen Differenzen.⁴¹ Natürlich ist die Beliebtheit auch auf den dramaturgischen Wert zurückzuführen, da die Telenovela auch als modernes melodramatisches Märchen, versehen mit Liebe und Intrigen, bezeichnet wird. Vor allem wegen dieser Faktoren, werden diese Serien teilweise sechsmal wöchentlich zur Hauptsendezeit in Lateinamerika ausgestrahlt und sind sozusagen die südamerikanische Form der Daily-Soaps.

Im Hinblick auf die narrativen Struktur gehören Telenovelas, gleich wie Seifenopern, den sogenannten „Serials“ an. Eine weitere Gemeinsamkeit erfahren die beiden Serienformate durch den Einsatz eines „Cliffhanger“, der das offene Ende bei jeder Folge mit sich bringt. Der große Unterschied besteht aber darin, dass bei der Seifenoper mehrere gleichberechtigte Handlungsstränge auf unbekannte Zeit parallel nebeneinander herlaufen. Es werden jedoch immer nur drei Handlungsstränge gleichzeitig erzählt, damit der Zuschauer den Überblick nicht verliert. Bei der Telenovela dagegen gibt es meist eine weibliche Hauptfigur, die durch die Serie führt. Ihre Haupthandlung ist mit vielen Nebenhandlungen verknüpft, sodass ein Multiplot entsteht. Zusätzlich erwartet sich der Zuschauer ein Happy End: Die Hauptdarstellerin muss mit ihrer großen Liebe zusammenfinden und glücklich bis in alle Zeit werden. Damit ist auch die Unendlich-

40 vgl. Quitzsch Florian 2008: Die Entwicklungsgeschichte der lateinamerikanischen Telenovela. URL: <http://www-w.quetzal-leipzig.de/themen/kultur/medien-und-kommunikation/die-entwicklungsgeschichte-der-lateinamerikanischen-telenovela-von-den-anfangen-bis-zur-transkulturellen-verbreitung-19093.html> (20.12.2013)

41 vgl. Quitzsch Florian 2008: Die Entwicklungsgeschichte der lateinamerikanischen Telenovela. URL: <http://www-w.quetzal-leipzig.de/themen/kultur/medien-und-kommunikation/die-entwicklungsgeschichte-der-lateinamerikanischen-telenovela-von-den-anfangen-bis-zur-transkulturellen-verbreitung-19093.html> (20.12.2013)

keit, wie bei den Soap Operas nicht gegeben, sondern die Dauer hängt meistens vom Erfolg der laufenden Telenovela ab.⁴² (Siehe Kapitel 5.1)

Da im Jahr 1986 in Deutschland 40 Folgen der brasilianischen Telenovela „Die Sklavin Isaura“ ausgestrahlt wurden und unerwartet erfolgreich waren, knüpfte das ZDF an diesen Erfolg an und produziert 2004 mit „Bianca - Wege zum Glück“ die erste deutsche Telenovela. Nach diesem Erfolg fanden auch weitere Sender Gefallen an diesem Format. Die Telenovela „Sturm der Liebe“ (ARD) startete im September 2005 und hat sich bis heute mit über 1900 Folgen und acht verschiedenen Hauptdarstellerinnen auf dem Fernsehmarkt bewährt.⁴³ Da auch die Privatesender schnell merkten, dass dieses Format bei den Zuschauern sehr beliebt ging im Februar 2005 SAT.1 mit „Verliebt in Berlin“ als die zweite in Deutschland produzierte Telenovela an den Start und lief mehrere Jahre sehr erfolgreich, auch bedingt durch wechselnde Hauptdarsteller. Da aber seit dem Jahr 2001 nach und nach der Trend des Reality-TV aufkeimte, sendeten die privaten Sender parallel zu ihren Daily-Soaps und Telenovelas auch zunehmend Doku- und Reality-Soaps, um den Zuschauern nicht nur fiktionale sondern auch reale Geschichten zu präsentieren.

42 vgl. Klagsbrunn 1987, S. 61 ff.

43 vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2013: Deutsche Telenovelas. URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/deutsche-fernsehggeschichte-in-ost-und-west/147466/deutsche-telenovelas> (22.12.2013)

4 Trend: Reality-TV

Reality-TV bedeutet einfach übersetzt: Wirklichkeitsfernsehen. Jedoch wo fängt die Wirklichkeit an und wo hört sie auf? Eine exakte Definition für diesen Begriff gibt es nicht, aber keine andere Fernsehgattung hat es geschafft, so viel Protest und so viele Debatten auszulösen. Was allen Sendungen diesen Formats sozusagen als Basis fungiert, sind tatsächliche Erlebnisse, die entweder nachgestellt, durch Videoaufnahmen von Augenzeugen dokumentiert oder von einem Kamerateam begleitet werden.⁴⁴ Reality-TV ist also eine Collage aus nicht-fiktionalen und fiktionalen Aufzeichnungen aus der alltäglichen Lebenswelt der Zuschauer und Zuschauerinnen oder deren Umfeldes. Seit Anfang der 90er Jahre hat dieses Genre nach und nach den deutschen Fernsehmarkt erobert. Die Verbindung aus verschiedenen Charakteristiken diverser Fernsehgenres, wie zum Beispiel aus der Dokumentation und der Fiktion, sind typische Merkmale von Reality-TV. Deshalb ist Reality-TV, laut Stephanie Lücke, Teil der sogenannten Hybridgenres⁴⁵, da sich verschiedene Gattungen und Genres zu einem neuen Format verknüpft haben.⁴⁶ Viele haben versucht, den Begriff zu definieren. Eine der ersten war Claudia Wegener 1994, die durch Interviews mit den Redakteuren der Sendungen und eigenen Nachforschungen erste Thesen aufstellte, wie zum Beispiel, dass typische Charakteristika dieses Formats Personalisierung, Emotionen, Konkretisierung und der Gebrauch von Gewalt sind.⁴⁷ Auch Angela Keppler versucht im selben Jahr wie Wegener das Genre zu definieren und unterteilt es in zwei Bereiche: narratives und performatives Realitätsfernsehen. Narratives Realitätsfernsehen bedeutet dann, dass *„der Zuschauer mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten wird“*. Hingegen bei performativem Realitätsfernsehen handelt es sich um *„Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Situationen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird“*.⁴⁸

Angelehnt an diese Unterteilung hat Lücke eine Darstellung aufgebaut:⁴⁹

⁴⁴ vgl. Wegener 1994, S.15

⁴⁵ vgl. Lücke vgl. nach Bleicher 2010, S.72

⁴⁶ vgl. Lücke 2002, S.17

⁴⁷ vgl. Wegener 1994, S.59 ff.

⁴⁸ zit. Keppler 1994, S.8

⁴⁹ vgl. Lücke 2002, S.51

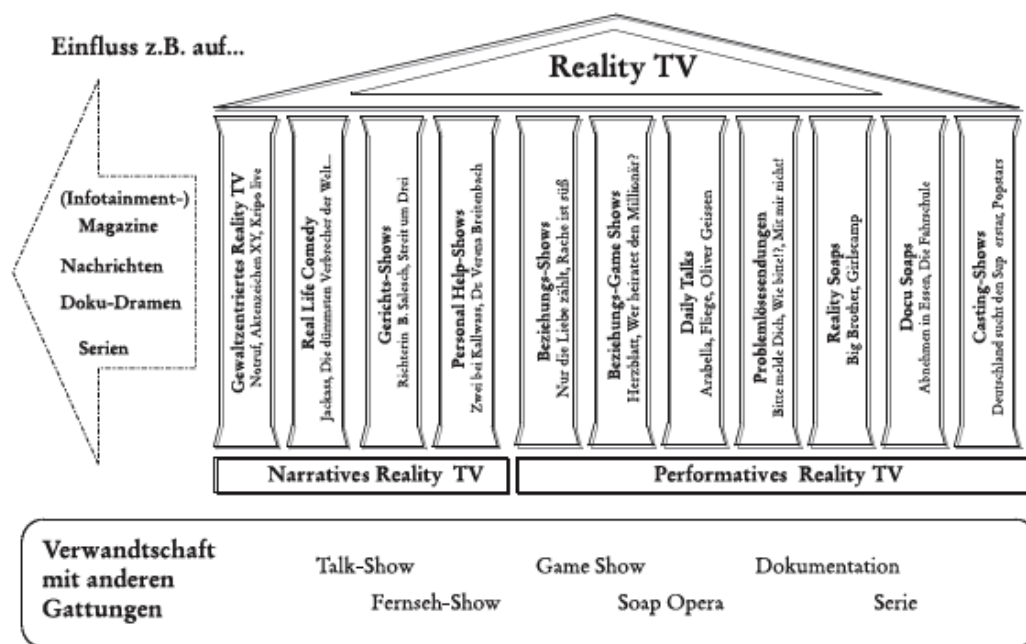


Abbildung 1: Subgenres des Reality-TV

Im Anbetracht von Abbildung 1, zählten schon im Jahr 2002 elf Formate zum Genre Reality-TV. Laut dieser Darstellung von Lücke schließt das Genre die Zugehörigkeit zu einem weiteren Genre als dem Reality-Fernsehen nicht aus, denn sie alle sind sehr stark hybridisiert. Die Doku-Soap zum Beispiel setzt sich zusammen aus der Dokumentation und der Seifenoper. Die Reality-Soap stammt ursprünglich von Gameshows und Talkshows ab.

Ein Subgenre, das bisher noch unerwähnt geblieben ist, ist das sogenannte Scripted-Reality-Format. Es überschneidet sich mit einigen der oben genannten Genres, aber ist nichtsdestotrotz auch ein eigenständiges Format. Es ist in Abbildung 1 noch nicht angeführt, weil es zum damaligen Zeitpunkt aber noch nicht ausgeprägt war.

Um den Unterschied zwischen den Genres im Zusammenhang mit dieser Arbeit zu verstehen, werden die Doku-Soap, Reality-Soap und das Format Scripted-Reality in den nächsten zwei Kapiteln definiert.

4.1 Doku-Soaps und Reality-Soaps

Eine Eigenschaft von Reality-TV ist das Koppeln von Alltag und Inszenierung, sodass eine Trennung zwischen fiktionalen und nicht-fiktionalen Sendungen nicht mehr möglich scheint. So fällt eine Unterscheidung vor allem bei den Formaten der Doku-Soap und der Reality-Soap schwer.

Die erste Doku-Soap in Deutschland wurde 1990 produziert und lief unter dem Namen „Die Fußbroichs - Die einzig wahre Familienserie“ auf dem damaligen Sender West3, heute WDR, an. Insgesamt zwölf Jahre lang wurde diese Kölner Familie von einem Kamerteam begleitet, sodass 17 Staffeln und 99 Folgen ausgestrahlt werden konnten.⁵⁰ Bei einer Doku-Soap wird das klassische Serienformat mit der Dokumentation gepaart. Ein wichtiges Merkmal dabei ist, dass keine Schauspieler sondern „normale Menschen“ die Fernsehöffentlichkeit an ihrem Alltag teilhaben lassen, da sie sich von einem Kamerteam in ihrem privaten Umfeld, manchmal sogar in intimen Situationen filmen lassen.⁵¹ Die Autorin und gleichzeitig auch Regisseurin Ute Diehl von „Die Fußbroichs“ wurde sogar mit dem Adolf-Grimme-Preis für ihre neuartige Serie ausgezeichnet. Die Machart, die Dramaturgie und der Schnitt dieser Doku-Soap erinnern an eine Soap Opera. Es wurde jedoch kein Drehbuch verwendet, sondern alles sollte uninszeniert bleiben, damit die Serie auch als dokumentarisch bezeichnet werden kann. Nichtsdestotrotz gibt die Regisseurin zu:

„Ich lasse durchaus Szenen wiederholen oder bitte die Fußbroichs, etwas anderes zu machen, um einen bestimmten Eindruck zu erwecken. Denn die Realität kann ich sowieso nicht abbilden. Ich kann nur versuchen, das zu vermitteln, was ich verstanden habe.“⁵²

Ursprünglich kommt der Doku-Soap-Hype aber aus Großbritannien. Dort wurden Mitte der 90er eine Doku-Soap nach der anderen produziert und das mit Erfolg. Als Ergebnis wurden allein im Jahre 1998 insgesamt 75 dieser Sendungen in Großbritannien ausgestrahlt. Da andere europäische Länder sich von den hohen Marktanteilen ködern ließen, wurden viele in andere Länder exportiert oder fungierten als Maßstab für ähnliche Produktionen. So auch in Deutschland:

„RTL z.B. ließ sich von „The Cruise“ inspirieren und drehte 1999 „Das Clubschiff“, [...]. SAT.1 nahm im gleichen Jahr „Driving School“ zum Anlass, eine eigene Doku-Soap zu drehen, „Die Fahrschule“, und RTL II kopierte dasselbe Format 2000 mit „You drive me crazy“. Das ZDF interessierte sich vor allem für Krankenhausserien und wandelte „Children´s Hospital“ 1998 in „OP. Schicksale im Klinikum“ ab.“⁵³

Es folgten daraufhin immer mehr solcher Doku-Soap-Formate, sei es bei öffentlich-rechtlichen oder privaten Sendeanstalten. Auch wenn sie nicht mehr so stark ver-

50 vgl. Lücke 2002, S.67

51 vgl. Lücke 2002, S.63

52 Lücke zit. nach Müller 1995, S.92

53 zit. Lücke 2002, S.65

treten sind wie vor zehn Jahren, haben sie sich bis heute gehalten, wie mit Formaten wie „Dr. Feld hilft“ (ZDF) oder „Bauer sucht Frau“ (RTL).

Reality-Soaps hingegen hatten ihren Auftakt mit dem großen Fernsehereignis von „Big Brother“ (RTL II) im Jahr 2000. Angelehnt an das britische Vorbild „The Living Soap“ und an das amerikanische Pendant „The Real World“, wurde schon 1994 von Premiere Deutschland die erste Reality-Soap produziert. In dieser Sendung mit dem Titel „Das wahre Leben“ wurden sieben sich einander fremde Menschen im Alter zwischen 21 und 26 Jahren in eine Wohngemeinschaft gesteckt und um die zehn Stunden täglich gefilmt. Die Reality-Soap besteht zwar auch aus Elementen der Soap-Opera und Dokumentation, es fließen aber noch zusätzlich Anteile der Talk Show und Gameshow mit ein. Der große Unterschied zur Doku-Soap ist, dass die Protagonisten, nicht in ihrem privaten beziehungsweise gewohnten Umfeld gefilmt werden, sondern in künstlich arrangierten Settings. Dieser vorgegebene Lebensraum erleichtert den Machern der Sendung das Arbeiten, denn sie können dadurch die Kandidaten leichter beeinflussen und sie zu gewissen Handlungen leiten, um spezielle Reaktionen zu provozieren. Dadurch können auch für das Genre der Soap Opera typische Elemente wie Streit, Eifersucht, Neid oder Versöhnung kalkuliert werden, obwohl kein Drehbuch vorliegt. Nach dem Erfolg von „Big Brother“ (RTL II) wurde eine Reality-Soap nach der anderen ins Leben gerufen, jedoch wurden diese bald durch andere Reality-Formate wie die Gerichtsshow, Personal-Help-Show und Castingshow abgelöst.⁵⁴ Voll und ganz ist das Format jedoch nicht verschwunden, denn auch heute finden wir immer noch Sendungen wie „Der Bachelor“ (RTL) oder das sogenannte Dschungelcamp, „Ich bin ein Star, holt mich hier raus!“ (RTL), vor. Was an Reality-Soaps auffällt ist, dass nur private Sendeanstalten dieses Format produzieren und ausstrahlen. Durch die Macher wird in die Reaktionen und in das Leben der Protagonisten eingegriffen und man erhält somit keine natürlichen Reaktionen und Situationen mehr, welche aber die öffentlich-rechtlichen Sender, durch die Regelung im Rundfunkstaatsvertrag, angehalten sind zu liefern.

4.2 Definition von Scripted-Reality-TV

Nicht nur bei Reality-Soaps wird in die Reaktionen und in das Handlungen der Protagonisten eingegriffen, sondern auch beim Format Scripted-Reality. Grundsätzlich können alle Genres des Reality-TV zu Scripted-Reality-Formaten werden. Denn der einzige

⁵⁴ vgl. Lücke 2002, S. 82-92

Unterschied besteht darin, dass die Protagonisten nicht ihre eigene Lebensgeschichte erzählen oder ihre Handlungen auf dem freien Willen basieren, sondern dass nach einem Drehbuch agiert wird. Eine gelungene Definition des Formats, das in den letzten Jahren sehr stark das Programm der privaten Fernsehanstalten geprägt hat, kam von Christian Stichler, dem stellvertretenden Redaktionsleiter des NDR, als zur Debatte stand, ob auch öffentlich-rechtliche Sender Scripted-Reality-Formate produzieren sollten:

„Scripted Reality“ ist eine konsequente Weiterentwicklung der bisherigen Doku Soaps, kombiniert mit Erfahrungen, die bei Gerichtsshows und dem Nachmittagstalk gewonnen wurden. Jeder folge liegt ein Drehbuch zu Grunde. Die Szenen werden von Laien oder Schauspielern in eigenen Worten nacherzählt und nachgespielt. Die Formate benutzen konsequent dokumentarische Stilmittel, wie z.B. natürliches Licht, bewegte Kamera oder abgesetzte O-Töne.“⁵⁵

Fakt ist: es werden wahre oder realitätsähnliche Geschichten in einem denkbar realen Umfeld mit echten Laien nach einem Drehbuch aufgezeichnet. Der Haken daran ist: Diesen echten Menschen, also den Protagonisten, sind diese Geschichten selbst nicht widerfahren, sondern sie spielen sie nur. Ab hier ist der Grad zwischen Realität und Fiktion so schmal, dass er für viele Zuschauer teilweise nicht mehr erkenntlich ist.

Die gescrripteten Sendungen haben sich vor allem aus den Studioformaten heraus entwickelt, wo auch schon mit gecasteten Laiendarstellern gearbeitet wurde, wie zum Beispiel bei Gerichtsshows oder bei Talkshows. Ihren eigentlichen Ursprung haben Scripted-Reality-Formate aber in den Doku-Soaps. Bei diesem Format wurde es zunehmend schwieriger, spannende Menschen oder Situationen zu finden, ohne sie zu stellen. Formatinterne Probleme kamen noch dazu: die Produktionskosten wurden immer höher und gerade da wo es für den Zuschauer spannend wurde, durfte wegen der Persönlichkeitsrechte nicht mehr gefilmt werden, wie zum Beispiel bei laufenden Verfahren. Deshalb schien es laut Stichler einfacher, die Geschichten im Vorfeld zu verfassen, um damit den verbundenen Drehaufwand so gering wie möglich zu halten und um Drehabbrüchen, aufgrund der Wahrung von Persönlichkeitsrechten, entgegenzuwirken.⁵⁶

⁵⁵ zit. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (23.12.2013)

⁵⁶ vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (23.12.2013)

4.2.1 Unterteilung von Scripted-Reality-TV

Hans-Jürgen Weiß und Annabelle Ahrens haben in ihrer Frühjahrsstichprobe im Jahr 2011 für das Göttinger Institut für angewandte Kommunikationsforschung (GöfaK), für die Analyse der Vollprogramme von privaten Fernsehanstalten, die vorhandenen Reality-Formate in fünf „Sendungsgruppen“ eingeteilt:⁵⁷

- Scripted-Reality-Formate: (siehe Kapitel 4.2)
- Script-affine Doku-Formate: Jene Formate, die sich inhaltlich und technisch von dem Scripted-Reality-Format kaum unterscheiden, jedoch weder im Vorspann noch im Abspann darauf hinweisen, dass es eine fiktive Sendung ist.
- Gerichts- und Personal-Helpshows: Bei den Protagonisten handelt es sich niemals um echte Mensch, sondern stets um Schauspieler oder Kleindarsteller, wobei bei den Gerichtsshows beispielsweise reale Richter, Anwälte und Polizisten agieren.
- Daily Talks: Talkshows, die täglich ausgestrahlt werden und als inhaltliches Merkmal Themen beziehungsweise Probleme aus dem alltäglichen Leben behandeln. Sie hatten ihren Höhepunkt zwischen 1998 und 2002. Einige Talkmaster schafften es darüber hinaus auch noch weiter mit ihrer Sendung zu überleben. Die letzte Sendung, die es geschafft hatte, zwölf Jahre lang zu bestehen war „Britt-Talk um 1“, fand aber am 12.07.2013 ihr Ende, als letzte Daily Talkshow im privaten Fernsehen. Somit ist das Format im Moment ausgestorben.
- Realityshow-Formate: Ein Konglomerat aus vielen Formaten, aber je nach Bedarf anders zusammengestellt. Am Beispiel der Sendung „Deutschland sucht den Superstar“: Eigentlich ist es eine Castingshow, da man etwas gewinnen kann, enthält es auch Elemente einer Gameshow. Die Kandidaten werden nach Hause in ihr privates Umfeld begleitet, also wird auch in Teilen der Anspruch einer Doku-Soap erfüllt. Schlussendlich müssen sie noch auftreten und ihr Können in einem künstlichen Umfeld unter Beweis stellen, so ähnlich wie bei einer Reality-Soap.

⁵⁷ Vgl. Weiß/Ahrens 2011: Scripted Reality – Die fiktive Realität der neuen Fernsehunterhaltung. Auszug aus Programmbericht 2011. URL: http://www.goefak.de/materialien/goefak_scripted_reality_draft_hjw2.pdf (23.12.2013)

4.2.2 Scripted-Reality im deutschen Fernsehen

Auch Scripted-Reality-Formate, wie Reality-Soaps, findet man bis heute nur im Programm privater Fernsehanstalten vor. Aus der eben schon genannten Frühjahrsstichprobe aus dem Jahr 2011 des Göttinger Institut für angewandte Kommunikationsforschung, bei dem die Vollprogramme privater Sender analysiert wurden, geht hervor, dass Scripted-Reality-Formate und allgemein Reality-TV einen Großteil des Programms beanspruchen.⁵⁸

Formate	RTL	VOX	RTL II	Σ	Sat.1	Pro Sieben	kabel eins	Σ	Gesamt
Scripted Realityformate	4	1	1	6	2	-	-	2	8
Script-affine Doku-Formate	4	12	9	25	-	-	3	3	28
Gerichts-/Personal Helpshows	1	-	-	1	3	-	-	3	4
Daily Talks	-	-	-	-	1	-	-	1	1
Realityshow-Formate	1	4	2	7	1	2	2	5	12
Gesamt	10	17	12	39	7	2	5	14	53

Abbildung 2: Anzahl von Scripted-Reality-Formaten (2011).

Den größten Anteil von den Reality-Formaten bei der RTL Group haben die dokumentarischen Realitätsformate, sprich Doku-Soaps, in der Abbildung als Script-affine Doku-Formate beschrieben (siehe Abbildung 2). Diese unterscheiden sich von den offiziellen Scripted-Reality-Formaten nur geringfügig, denn technische Umsetzung und Inhalt ähneln sich sehr, die Formate sind nur nicht als fiktive Sendungen gekennzeichnet. Wenn man die Minuten pro Tag beobachtet, dann wird einem schnell klar, dass bei den Sendern RTL und VOX annähernd der halbe Tag aus Reality Formaten besteht.⁵⁹

Formate	RTL	VOX	RTL II	Σ	Sat.1	Pro Sieben	kabel eins	Σ	Gesamt
Scripted Realityformate	3:32	2:03	1:03	6:38	0:48	-	-	0:48	7:26
Script-affine Doku-Formate	3:15	5:15	2:33	11:03	-	-	1:11	1:11	12:14
Gerichts-/Personal Helpshows	0:23	-	-	0:23	4:51	-	-	4:51	5:14
Daily Talks	-	-	-	-	1:03	-	-	1:03	1:03
Realityshow-Formate	1:43	1:59	0:19	4:01	-	0:42	0:34	1:16	5:17
Gesamt	8:53	9:17	3:55	22:05	6:42	0:42	1:45	9:09	31:14

Abbildung 3: Zeitumfang von Scripted-Reality-Formaten pro Tag (2011).

⁵⁸ Vgl. Weiß/Ahrens 2011: Scripted Reality – Die fiktive Realität der neuen Fernsehunterhaltung. Auszug aus Programmbericht 2011. URL: http://www.goefak.de/materialien/goefak_scripted_reality_draft_hjw2.pdf (23.12.2013)

⁵⁹ Vgl. Weiß/Ahrens 2011: Scripted Reality – Die fiktive Realität der neuen Fernsehunterhaltung. Auszug aus Programmbericht 2011. URL: http://www.goefak.de/materialien/goefak_scripted_reality_draft_hjw2.pdf (23.12.2013)

In Abbildung 3 ist ersichtlich, dass Scripted-Reality-Formate anscheinend den Zuschauerbedürfnissen entgegen kommen, sonst würden die privaten Anstalten ihr Programm nicht in diesem Ausmaß mit diesen Sendungen füllen. Warum der Zuschauer auf dieses Format anspringt und der Sender es beibehält, wird in den Kapiteln 5 und 6 untersucht.⁶⁰

⁶⁰ Vgl. Weiß/Ahrens 2011: Scripted Reality – Die fiktive Realität der neuen Fernsehunterhaltung. Auszug aus Programmbericht 2011. URL: http://www.goefak.de/materialien/goefak_scripted_reality_draft_hjw2.pdf (23.12.2013)

5 Scripted-Reality versus Daily-Serien

In diesem Kapitel wird das Format Scripted-Reality mit den fiktionalen Unterhaltungs-serien - in dieser Arbeit beschränkt auf Seifenopern und Telenovelas – verglichen, wobei auf verschiedene Aspekte wie die Dramaturgie, das Produktionsverfahren, die technische Umsetzung und die ökonomischen Möglichkeiten eingegangen wird, um eine Erklärung zu finden, warum private Fernsehanstalten vermehrt Scripted-Reality Sendungen in ihr Programm aufnehmen. Welche Wirkung und Nachfrage dies beim Zuschauer erzielt, wird anschließend in Kapitel 6 erläutert. Es wurden bewusst täglich ausgestrahlte und nicht wöchentlich gesendete Serien als Vergleichsparameter verwendet, da Scripted-Reality-Formate auch täglich ausgestrahlt werden und somit eine ausgewogene Gegenüberstellung möglich ist.

5.1 Dramaturgie

Unter Dramaturgie versteht man die Lehre des Darlegen von Geschichten. Sie befasst sich mit der Komposition von erzählerischen Werkzeugen, die nötig sind, um für den Zuschauer, Zuhörer oder Leser eine interessante Handlung zu konstruieren. Es ist wichtig, die verschiedenen Teile der Geschichte in eine gewisse dramatische Ordnung zu bringen, damit die Wahrnehmung und Reaktion des Rezipienten gesteuert werden kann. Für Aristoteles war damals schon das dramatische Erzählen eine Mimesis, sprich „eine darstellerische Nachahmung „wahrer“ Lebenswirklichkeit in Form von Handlungen“. Das bedeutet, die Welt wird in ein narratives Gerüst gepackt, damit man daraus eine elementare Wahrheit über das Leben schließen kann. Bei fiktionalen Erzählungen ist es die Kunst, die Glaubwürdigkeit innerhalb einer Geschichte zu erhalten. Wenn zum Beispiel in einem Film etwas Unvorstellbares passiert, erscheint es manchmal glaubwürdiger als etwas Wahrscheinliches, da es so gut „verpackt/verkauft“ wird.⁶¹

Ziel ist es, das Interesse des Rezipienten zu wecken und zu halten. Vor allem beim Fernsehen ist dies ein entscheidender Faktor, denn hauptsächlich durch die Einschaltquoten und Marktanteile, kann sich ein Sender halten. Deshalb ist es beim Fernsehen wichtig, dass der Zuschauer eine Bindung zu dem Gesendeten aufbauen kann, egal ob es ein Spielfilm oder ein kultureller Fernsehbeitrag ist. Um ein solches Gefühl beim Zuschauer aufkommen lassen zu können, gibt es diverse emotionale Elemente, derer

⁶¹ vgl. Pierre Kadorfer 1976: Dramaturgie. Lehrbuch der Filmgestaltung. URL: <http://www.fvalu.ch/images/pdf/drama-turgiekadorfer.pdf>

man sich bedienen kann: Humor, unerwartete Wendungen, Kontraste (meist zwischen Charakteren), Wissensvorsprung der Zuschauer (zum Beispiel der Antagonist plant einen Anschlag, der Zuschauer weiß dies, weil er es gesehen hat, der Held der Geschichte ist jedoch noch ahnungslos), Neugierde der Zuschauer (durch ungewöhnliche Themen oder Figuren), Erregung (durch zum Beispiel sexuelle Momente) und die Retardierung, welche Spannung erzeugt, dadurch dass es neben der Haupthandlung auch noch Parallelhandlungen gibt.⁶² Bei der Film- und Fernseh-dramaturgie liegen als mögliche narrative Leiter Bild und Ton vor. Innerhalb der tonalen Basis wird noch zwischen Sprache, Geräuschen und Musik unterschieden. Alle Faktoren richtig miteinander kombiniert, nehmen oftmals Einfluss darauf, dass der Rezipient sich mit den Figuren oder Handlungen identifizieren kann. Um dieses Ziel zu erreichen gilt es allgemein: *„Zustände in Handlungen zu übersetzen, abstrakte Vorgänge zu veräußern und in Szenen zu verdichten, strukturelle Vorgänge zu personalisieren, Figur-motivationen darzustellen und Plausibilität zu erzielen.“*⁶³ Nichtsdestotrotz unterteilt man bei Film und Fernsehen die dramaturgische Erzählweise in zwei Kategorien: die geschlossene und die offene Dramaturgie.

5.1.1 Offene Dramaturgie

Bei der offenen Dramaturgie gibt es keine Einleitung oder Exposition, sondern es wird mitten im Geschehen begonnen, ohne dass Figuren oder Schauplätze direkt eingeführt werden. Auch das Ende tritt unvermittelt ein, ohne dass der Konflikt gelöst wurde. Es kann auch mehrere Handlungsbögen geben und nicht nur einen Einzigen wie bei der geschlossenen Dramaturgie. Diese Form verlangt vom Zuschauer aktiv mitzudenken. Manchmal gibt es dann einen Fortsetzungsteil oder der Zuschauer kann sich das Ende selbst erklären.

5.1.2 Geschlossene Dramaturgie

Es gibt verschiedene Modelle, die die geschlossene Dramaturgie beschreiben, jedoch kommen alle zum selben Ergebnis: Ein eindeutiger Anfang und ein eindeutiges Ende. Die klassische Dramentheorie geht zurück auf Aristoteles. In seinem Werk „Poetika“ legt er fest, dass ein Drama einen Anfang, eine Mitte und ein Ende haben muss. Deshalb basieren seine Erzählstrukturen auf einem 3-Akt-Modell. Gestützt auf dieses Mo-

62 vgl. Böhlke-Weber 2009: Grundlagen der Dramaturgie. URL: http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/medien/aktive_medienarbeit/pdf/Grundlagen_der_Dramaturgie.pdf (08.01.2014)

63 zit. „Dramaqueen“, URL: <http://dramaqueen.info/wiki/film-und-dramaturgie/#Dramaturgie> (09.01.2014)

dell, baut Syd Field diese Theorie aus und entwickelt das sogenannte „story-driven“ 3-Akt-Schema.

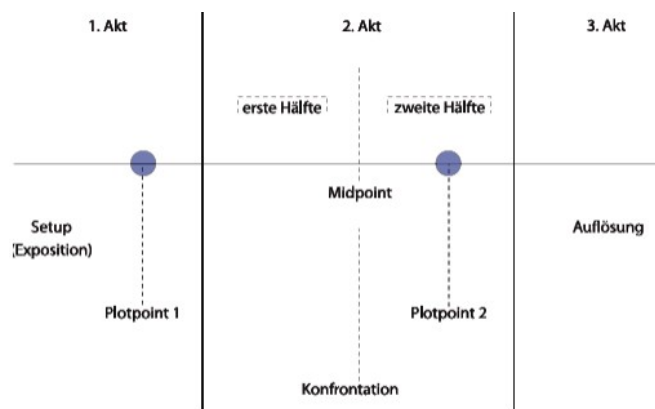


Abbildung 4: Syd Fields „story-driven“ 3-Akt-Schema.

Field führt zusätzlich zur aristotelischen Struktur die sogenannten Plotpoints ein (Abbildung 4). Dies sind spezielle Wendepunkte, die sich vor dem nächsten Akt ereignen, um der Geschichte eine neue Richtung zu geben, da sie nur für eine der Konfliktparteien positiv ausfallen.⁶⁴ Das Modell der Franzschen Pyramide ist auch eine Weiterentwicklung aus Aristoteles Grundgedanken und liegt vor allem den heutigen Spielfilmen und Fernsehbeiträgen zu Grunde, jedoch gilt es das Format immer anzupassen.

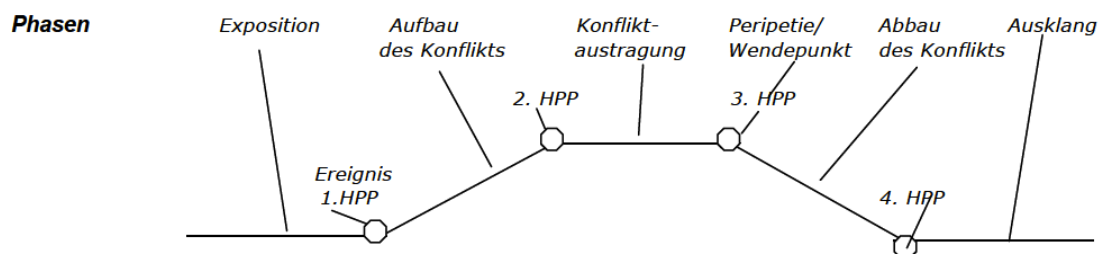


Abbildung 5: Das Modell der Franzschen Pyramide.

In der Exposition werden grundlegende Fragen geklärt: Welche sind die Hauptfiguren, wo und wann spielt sich die Geschichte ab und welche ist die Ausgangssituation. Nach dieser Einführung kommt es zu einem ersten Wendepunkt, der sozusagen das Konflikt-auslösende Ereignis darstellt. Daraufhin spitzt sich die Situation immer mehr zu bis es zu einem weiteren Wendepunkt kommt, der die Austragung des Konflikts einleitet und somit den Höhepunkt der Geschichte darstellt. In der Peripetie kippt die Geschichte und steuert das Geschehen in eine spezielle Richtung. Nach dem Abbau des Konfliktes

⁶⁴ vgl. Kinateder Birgit 2012: Klassische Erzählformen. URL: <http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/25-2012-2/dramaturgie.pdf> (08.01.2014)

kann die Geschichte ein positives oder negatives Ende zur Folge haben, je nachdem ob es eine Komödie oder Tragödie sein soll (Abbildung 5).⁶⁵

Für den Zuschauer wird versucht, dessen elementare emotionale Bedürfnisse zu decken, indem verschiedene Elemente zum Einsatz kommen: Ordnung, Orientierung, Abrundung, Harmonie, Sinn, Erkenntnis, Verständlichkeit und Lösung.

5.1.3 “Serials” versus “series”

Im Hinblick auf die grundlegende dramaturgische Haltung wird festgestellt, dass Daily Soaps, wie schon bereits erwähnt, zu den sogenannten „serials“ gehören und eine offene Dramaturgiestruktur zur Grundlage haben. Scripted-Reality-Formate dagegen sind Teil der „series“ und nutzen das geschlossene Dramaturgiemodell als Vorbild.

Bei einem Scripted-Reality Format orientiert sich der klassische Handlungsverlauf an dem Modell der Franzschen Pyramide. Zunächst wird die Vorgeschichte der handelnden Protagonisten veranschaulicht. Durch nachgestellte Szenen und einen sozusagen allwissenden Off-Sprecher wird dem Zuschauer erklärt, welche die Umstände sind und wie die allgemeine Situation und das Befinden der Hauptakteure ist. Dieser Teil wird als Exposition bezeichnet. Die geschilderte Zeit der Vorgeschichte kann sich von mehreren Wochen über ein paar Monate bis hin zum Zeitpunkt direkt vor dem Konflikt ziehen. Eine Szene wird daraufhin immer so inszeniert, dass durch die Darsteller erklärt wird, mit welchem Konflikt sie sich auseinandersetzen und wer oder was der Auslöser für diesen war (erster Plotpoint). Nachdem alles und jeder definiert wurde und der Zuschauer schon Sympathien oder Antipathien entwickeln konnte, setzt die Titelmelodie mit dem Vorspann ein. Manchmal ist darin auch schon der Hinweis enthalten, dass es sich bei dem Format, um erfundene Geschichten aus dem „wahren“ Leben handelt. Im darauffolgenden Hauptteil wird noch einmal in ein bis zwei Sätzen die Exposition durch den Off-Sprecher zusammengefasst, damit Zuschauer, die erst später dazugeschaltet haben, wissen worum es geht. Im eigentlichen Hauptteil spitzt sich der Konflikt immer weiter zu. Die Situation zwischen den Protagonisten steigert sich stetig bis zu dem nächsten Plotpoint. In diesem gibt es dann eine Wendung, die durch dazukommende Personen oder Handlungen der bereits vorhandenen ausgelöst wird, sodass es zum Höhepunkt, sprich der Konfliktaustragung, kommt. Oftmals wird den Akteuren durch einen Experten ein Rat erteilt oder Hilfe angeboten (3. Plotpoint/Peripetie). Dies verleiht dem Geschehen wiederum eine Wendung und die Protagonisten versuchen den

⁶⁵ vgl. Böhlke-Weber 2009: Grundlagen der Dramaturgie. URL: http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/medien/aktive_medienarbeit/pdf/Grundlagen_der_Dramaturgie.pdf (08.01.2014)

entstandenen Konflikt langsam abzubauen. Beim vierten und letzten Wendepunkt werden die handelnden Personen einsichtig und alles wendet sich zum Guten. Dieser Ausklang der Geschichte wird durch den Off-Sprecher nochmals kommentiert und gibt auch einen Zukunftsausblick, in dem darüber informiert wird, wie es den Protagonisten in den nächsten Wochen oder Monaten noch ergangen ist. Während dieses Kommentars wird in den meisten Formaten via Splitscreen der Abspann eingeblendet und durch die Titelmusik nochmals gekennzeichnet. Ein typisches Merkmal für Scripted-Reality-Formate ist das Happy End. Egal wie überspitzt und groß der Konflikt in der Handlung dargestellt wird, am Ende geht alles gut aus und in allen Fällen siegt die Gerechtigkeit. So wird dem Zuschauer vermittelt, dass egal wie schwerwiegend die Situation ist, sich alles zum Guten wenden kann.⁶⁶

Wenn man die offene Dramaturgie bei einer Daily Soap betrachtet, stellt man fest, dass als Exposition ein kurzer Rückblick fungiert, in dem die Handlungsstränge und die Konflikte der letzten Folge zusammengefasst und erklärt werden, um den neu dazu gestoßenen Zuschauern oder dem routinierten Publikum, die eine Folge oder mehrere verpasst haben, die Möglichkeit zu geben, sofort wieder in die Geschichte einzusteigen. Daraufhin folgt der Vorspann mit der unverkennbaren jeweiligen Titelmelodie der Seifenoper. Diese gehört auch zu den dramaturgischen Mitteln, denn ein hoher Wiedererkennungswert ist für jegliches Format mit Serienprinzip wichtig, damit der Zuschauer sofort weiß mit welcher Sendung er es zu tun hat. Denn nicht nur das Drehbuchschriften und Kombinieren von neuen Handlungssträngen gehört zur Dramaturgie, sondern alle künstlerischen, beziehungsweise kreativen Elemente einer Verfilmung, sowie zum Beispiel auch Kameraeinstellungen oder -größen. Zurück zum Ablauf: Nach der Rückblende und dem Vorspann folgt der Hauptteil. Zu Beginn wird üblicherweise in der ersten Szene (direkter Anschluss) oder der zweiten Szene (indirekter Anschluss) der Folge, der bereits erwähnte „Cliffhanger“ der vorherigen Episode aufgelöst. Im Anschluss daran werden dann die drei bis vier aktuellen Handlungsstränge mit den dazugehörigen Konflikten fortgesetzt oder beendet, worauf sogleich neue Kontroversen zwischen anderen Protagonisten auftreten und zu einem ganz neuen Handlungsstrang führen. Manchmal werden auch zwischen den einzelnen Geschehnissen kleinere „Cliffhanger“ verwendet, jedoch werden diese in derselben Folge noch entschlüsselt. Am Ende einer Folge kommt es zum großen, einzig wahren „Cliffhanger“. In einem der Handlungsstränge wurde konsequent Spannung aufgebaut, um dann am Höhepunkt der Folge

⁶⁶ Hinweis: Bei den deutschen Scripted-Reality Formaten gibt es zwei Ausnahmen: Die Serien „Berlin Tag & Nacht“ und das dazugehörige Spin-Off „Köln 50667“, sind die einzigen Sendungen, die eine offene Dramaturgie zu Grunde haben. Sie weisen eigentlich Charakterzüge einer Daily-Soap auf, gehören aber wegen der verwendeten gestalterischen Stilmitteln zu den Scripted-Reality Formaten.

einen Cut zu setzen, sodass der Zuschauer fast gezwungen wird, wieder einzuschalten, falls er wissen möchte wie es weitergeht. Parallel zum Abspann, der mit der Musik aus dem Vorspann untermalt wird, folgt dann bei den meisten Formaten ein kurzer Ausblick auf die nächste Folge, ohne jedoch die Auflösung des Cliffs zu verraten.

Bei der Telenovela sind die dramaturgischen Abläufe fast dieselben wie bei einer Seifenoper. Der markante Unterschied besteht darin, dass es in jeder Staffel ein dramaturgisch eigenständiges Hauptpaar gibt. Dieses findet erst nach Bewältigung vieler Hürden zueinander und hält somit die ganze Staffel zusammen. Die Hauptdarstellerin führt mit der Haupthandlung, die immer das Streben nach Glück und Liebe ist, durch jede Folge. Die Nebenhandlungen sind mit dieser verknüpft, aber können in sich eigenständig sein. Damit die Gefühle und Gedankengänge für den Zuschauer besser verständlich sind, gibt es Voice Over der Hauptdarstellerin, in denen sie über ihre Gefühle und ihre Handlungen reflektiert und für sich Entscheidungen fällt.

Allen drei Formaten liegt ein „Gut-Böse Schema“ zu Grunde. Die anfängliche Harmonie wird durch eine Person oder durch eine Handlung zerstört und es treten Konflikte auf. Bei Scripted-Reality-Sendungen endet es grundsätzlich so, dass „die Bösen“ ihre gerechte Strafe bekommen und im Nachhinein einsichtig werden und Reue zeigen. „Die Guten“, die manchmal von ihrem rechten Weg abkommen, finden wieder auf den richtigen Pfad zurück und gehen damit in eine wieder harmonische Zukunft. Prinzipiell ähneln Scripted-Reality-Sendungen einer Telenovela, jedoch wird die Geschichte nur in einer Folge erzählt. Bei der Telenovela ist die Haupthandlung, die sich über mehrere Monate zieht, mit Nebenhandlungssträngen versehen. Der Telenovela liegt eine melodramatische Struktur zugrunde, die immer zu demselben Handlungsschema in Bezug auf die Haupthandlung führt, sodass die Telenovela einem modernen Märchen ähnelt. Zunächst herrscht eine prinzipiell harmonische Ausgewogenheit, welche durch das Dazukommen des Bösen zerstört wird. Helferinnen und Helfer des Hauptpaares durchschauen die Intriganten, jedoch sind diese Betrüger immer einen Schritt voraus. Durch eine positive Wendung des Schicksals, kommt das Böse zum Fall und die Ordnung tritt wieder in Kraft, sodass das Hauptpaar endlich zueinander finden kann und glücklich bis an ihr Lebensende werden kann. Bei der Daily-Soap gibt es jedoch keine Hauptdarsteller, sondern nur viele gleichberechtigte Figuren. Das Gut-Böse-Schema kommt auch zum Einsatz: Jeder Figur ist prinzipiell ein guter oder schlechter Charakter zu Grunde gelegt und durch die passende Kombination der verschiedenen Figuren kann es dann zu Konflikten kommen. Teilweise durchleben die Darsteller aber eine Veränderung durch gewisse Handlungsstränge und wechseln so von „Gut“ zu „Böse“ oder umgekehrt.

Natürlich unterscheiden sich die Formate auch durch die erzählten Inhalte. Bei Scripted-Reality Formaten wird vor allem auf die sogenannten „Human-Interest“ Bereiche gebaut. Dies sind überwiegend:

- Arbeitslosigkeit
- Finanzielle Schwierigkeiten
- Beziehungsprobleme
- (Teenie-)Schwangerschaft
- Kindererziehung
- Sorgerechtsstreit
- Mobbing
- Schönheitswahn (Essstörungen)
- Betrug/Verbrechen
- Messiesyndrom
- Drogenprobleme/-missbrauch
- Spezielle Lebenseinstellungen

Die Autoren versuchen, sich an der Realität zu orientieren und bedienen sich an Zeitungsmeldungen, Polizeiberichten oder Gerichtsurteilen, die schon vorgekommen sind. Rein theoretisch gesehen haben alle Geschichten einen wahren Kern. Sie sind so konzipiert, dass der Zuschauer der Meinung ist, die Handlungen hätten sich unter Umständen irgendwo in Deutschland abspielen können. Die Produzenten bestehen darauf, dass dieser Grundsatz eingehalten wird, da Geschichten, die zu sehr von der Realität abweichen, nicht angenommen werden.⁶⁷

Bei Telenovelas steht vor allem das Thema Liebe im Mittelpunkt, denn es dreht sich alles um das Traumpaar, das erst noch zueinander finden muss. Deshalb sind die typischen Inhalte: Liebesdreiecke, unerfüllte Lieben und Intrigen, teilweise verbunden mit Entführungen oder Mord. Oftmals werden auch Gastrollen dazu gebeten, damit neue Handlungsstränge entwickelt werden können. Rund um den Hauptstrang werden Geschichten eingebaut, die zu den äußeren Umständen passen, zum Beispiel dem Arbeitsumfeld angepasst.

Daily-Soap Formate sind gleich wie Telenovelas offiziell fiktiv und wollen auch nicht den Anschein erwecken, dass sie wirklich passiert sind, so wie es bei Reality-Sendungen der Fall ist. Ihre Inhalte ähneln jedoch eher den Scripted-Reality Sendungen, da sie versuchen, vor allem Jugendliche für ihr Programm zu gewinnen, indem sie Inhalte wählen, mit denen sich der Zuschauer sehr gut identifizieren kann, auch wenn er weiß, dass sie den Menschen, die im Fernsehen zu sehen sind, nicht wirklich widerfahren sind.

Abschließend gilt es zu sagen, dass Inhalt und Handlungen von den Dramaturgen bei fiktionalen Daily-Serien immer so ausgelegt werden, dass der Zuschauer das Bedürfnis

⁶⁷ vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (10.01.2014)

hat beim nächsten Mal wieder einzuschalten und so etwas wie ein „Suchtfaktor“ entsteht. Bei Scripted-Reality-Sendungen wird dieser „Suchtfaktor“ dadurch geschaffen, dass der Zuschauer immer wieder nach neuen, für ihn interessanten Geschichten aus dem „echten“ Leben strebt. Somit kann anhand des dramaturgischen Aufbaus festgestellt werden, dass die Inhalte und Handlungen nicht ausschlaggebend sind, sodass die These „Scripted-Reality-Sendungen verdrängen fiktionale Daily-Soaps“ noch nicht bestätigt wurde.

5.2 Produktion und Umsetzung

Da der Fernsehmarkt und die Zuschauerbedürfnisse sich stetig verändern, konstruieren Sender immer wieder neue Formate, wandeln erfolgreiche Sendungen oder Shows ab oder passen ausländische Formate den inländischen Standards an. Produktionsfirmen versorgen daraufhin die Sender mit den gewünschten Aufnahmen. Es gibt drei Mögliche Szenarien:

1. Die Produktionsfirma entwickelt Formate und produziert sie vor, um sie dem Sender anbieten zu können.
2. Ein Treatment einer Sendung wird dem Sender von Seiten der Produktionsfirma vorgeschlagen. Produziert wird dann erst nach Abnahme des Entwurfs und Anpassung der Wünsche der Fernsehanstalt.
3. Der Sender beauftragt die Produktionsfirma mit der Entwicklung eines neuen Formats, in einigen Fällen mit richtungsweisenden Vorgaben, wie zum Beispiel das Erreichen einer speziellen Zielgruppe.

Sobald sich der Sender für ein Format entschieden hat, arbeiten die Produktionsfirmen je nach Formatwunsch auf verschiedenen Grundlagen weiter. In den folgenden Unterpunkten wird geschildert, welche die Unterschiede in der Vorbereitung, der Verwirklichung, der benötigten Technik, der Anzahl von Mitarbeitern und der verwendeten gestalterischen Stilmittel von Scripted-Reality-Formaten im Gegensatz Daily-Soaps und Telenovelas sind.

5.2.1 Vom Drehbuch zur Folge

Alle fiktionalen Formate benötigen als Grundlage ein Drehbuch. Da für täglich ausgestrahlte Sendungen ein relativ straffer Zeitplan vorliegt, muss auch hinter den Kulissen ein strukturierter Ablauf erfolgen. Alles wird optimal geplant und vorbereitet, um sicher

zu stellen, dass beim Dreh selbst keine größeren Verzögerungen auftreten. Denn Zeit ist Geld, wie es auch in Kapitel 5.4 genauer beschrieben wird. In Anbetracht der Formate, die zu den ausgewählten Objekten der Analyse zählen, treten sehr nachhaltige Unterschiede auf, angefangen beim Drehbuchschreiben und endend bei der Postproduktion. In den folgenden Unterpunkten werden die Unterschiede des Produktionsablaufs verdeutlicht.

5.2.1.1 Daily Soaps und Telenovelas – Produktion am Fließband

Pro Tag muss eine Folge, je nach Länge der Sendung von 25 bis 45 Minuten, gedreht werden. Um diesem straffen Zeitplan, wie es bei täglichen Produktionen, egal ob bei Soaps oder Telenovelas, üblich ist, gerecht zu werden, müssen der logistische Aufwand, die Organisation und Abläufe in den einzelnen Abteilungen reibungslos funktionieren. Damit ein gewisser Überblick und ein strukturierter Ablauf gewährleistet werden kann, orientiert man sich an sogenannten Blöcken. Ein Block umfasst fünf Folgen, dies entspricht einer Sendewoche und somit auch einer Drehwoche. Das Schreiben neuer Drehbücher, die Dreharbeit selbst und die Nachbearbeitung des schon gedrehten Materials können so stets parallel zueinander laufen. Damit die Dreharbeiten der Innen- und Außenaufnahmen im Verhältnis 2:1 umgesetzt werden können, arbeiten zwei Teams parallel, eines im Studio und das andere im Freien. Dazu gibt es, je nach Produktion, vier bis sieben Regisseure, die abwechselnd in den Blöcken arbeiten.

Bevor es jedoch überhaupt zum Dreh kommen kann, muss die Dramaturgieabteilung der jeweiligen Produktionsfirma ihren Beitrag leisten. Diese besteht aus einem Head-Autor, Storylinern, Story-Editoren, Dialogautoren, Skript-Editoren und der Drehbuchkoordination, um dem abverlangten Pensum gerecht zu werden. Zunächst trifft sich die gesamte Storyline-Abteilung mit dem Producer, dem Supervising Producer und dem Junior Producer, damit die Handlungsstränge für die nächsten vier bis sechs Monate konzipiert werden können. Diese Stränge, die nur einen groben Handlungsablauf ohne viele Details der einzelnen Figuren umreißen, bezeichnet man als *Futures*. Sie dienen als Grundlage und sind eine Art Leitfaden für die nächsten Monate, an dem sich die weiteren Autoren orientieren können. Ungefähr zwei Wochen lang arbeiten dann die Storyliner an einem Block, um die Teile eines Features zu *plotten*. Beim *Plotten* werden die Handlungen dramatisiert, sodass jede Szene einer Handlung beinahe eine Seite lang wird. Zusätzlich werden die einzelnen Erzählstränge provisorisch miteinander verwoben und das Endprodukt wird dann als Storyline betitelt. Sobald diese von dem Producer und der Redaktion des Senders überarbeitet und abgenommen wurde, wird diese an die Dialogautoren übergeben. Innerhalb einer Woche schreibt jeder Autor dann

ein komplettes Drehbuch, spricht er versetzt den Storylines Dialoge, arbeitet die Handlung weiter aus und merkt Regieanweisungen vor. Die fertigen fünf Bücher für einen Block werden dann als Autorenfassung bezeichnet. Nachdem diese Drehbücher, wie bei den Storylines, vom Producer und der Redaktion des Senders redigiert und abgenommen wurden, werden die jetzt fertigen Bücher an alle Beteiligten eines Blocks ausgehändigt. In einigen Produktionen werden die Drehbücher mit zwei bis vier Wochen Vorsprung fertiggestellt, damit der Regisseur auch die Möglichkeit hat sich ausreichend auf die Drehwoche vorzubereiten und die Szenen und Schnitte angemessen zu planen. Dem restlichen Team bleibt nur eine Woche, um die Drehwoche zu koordinieren. Die Schnitte und Kameraeinstellung, die sich der Regisseur vorstellt, werden durchnummeriert und Script/Continuity erstellt aus diesen sogenannten Shotlisten, welche für den Studiodreh vor allem von Bedeutung sind, da diese an die drei Kameras im Studio befestigt werden, damit sich die Kameramänner sofort orientieren können und schon im vorab wissen, was sich der Regisseur vorgestellt hat. Damit nicht nur die Auflösung der Szenen den betreffenden Departments bekannt ist, sondern auch die Inszenierung und andere Eventualitäten, gibt es verschiedene Besprechungen im Laufe der Vorbereitungswoche. In der Dramaturgiebesprechung nehmen der Chefautor, die zwei Regisseure und die dazugehörigen Regieassistenten teil. Dort werden dann inhaltliche Fragen zu den verschiedenen Handlungssträngen besprochen oder Rollenprofile der Darsteller und deren Motivationen für gewisse Handlungen erklärt. Falls Unstimmigkeiten noch bereinigt wurden, erscheinen im Laufe dieser Woche noch abgeänderte Szenen, die vor allem für die Schauspieler wichtig sind, da sie meistens Textänderungen oder diverse Regieanweisungen beinhalten. Dann gibt es noch die Regiesitzung. An dieser nehmen alle „Head of Departments“ eines Blockes mit deren Assistenzen teil, sprich es sind anwesend: Regie, Regieassistent, Director of Photography, Script/Continuity, Requisite, Ausstattung, Baubühne, Kostüm, Maske und erste Aufnahmeleitung. In dieser Sitzung wird dann Buch für Buch, Szene für Szene durchgesprochen und eventuelle Fragen geklärt. So können Unklarheiten, aber auch Wünsche und Ideen des Regisseurs aufgearbeitet und vielleicht in der Drehwoche umgesetzt werden. Des Weiteren muss auch die Disposition angefertigt werden. Diese legt fest, in welcher Reihenfolge in der kommenden Drehwoche die Szenen gedreht werden und wie viel Zeit für die jeweiligen Bilder zur Verfügung stehen wird. In manchen Produktionen, sowie zum Beispiel bei der Daily Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL), gibt es sogenannte Probetage. Bei diesen werden die Szenen mit den Schauspielern, dem Regisseur und den Regieassistenten besprochen und auch schon geprobt. Bei anderen Produktionen, wie zum Beispiel bei der Telenovela „Sturm der Liebe“ (ARD), gibt es solche Probetage nicht und es wird erst am Set kurz vor Dreh alles ausdiskutiert. Bei beiden Formaten

läuft der Drehablauf im Studio jedoch gleich ab. Zunächst gibt es eine Schauspielprobe, ohne Technik. Daraufhin folgt die Stellprobe, bei der die Positionen der Kameras und die Gänge der Schauspieler festgelegt werden. Nach dieser Probe können dann die anstehenden Licht- und Tonkorrekturen vorgenommen werden. Nach den Verbesserungen gibt es noch eine Generalprobe. Diese ganzen Proben sind essenziell, damit sich Schauspieler und Techniker sicher sind und eine Szene nicht mehrmals gedreht werden muss. Im Außendreh ist das Probenprinzip dasselbe. Nichtsdestotrotz können maximal ein Drittel der Szenen im Außendreh gedreht werden. Dafür gibt es mehrere Gründe: der Auf- und Umbau der Technik nimmt beim Außendreh wesentlich mehr Zeit in Anspruch, als im Studio, wo alles schon fest steht. Die Schauspieler müssen vom Innendreh in den Außendreh und umgekehrt gefahren werden, das impliziert zusätzliche Zeit – die kalkuliert werden muss - und natürlich ist der Außendreh von den Wetterbedingungen abhängig, die manchmal zu Verzögerungen führen können. Das gedrehte Material kommt am selben Tag schon in den Schnitt, damit der Cutter schon vorarbeiten kann. Da im Studio mit drei Kameras gearbeitet wird und der Nachbearbeitungsaufwand sonst zu groß werden würde, arbeitet man im Studio mit dem Live-Schnitt. Ein Bildmischer schneidet die Einstellungsgrößen der Szenen direkt aneinander, sodass der Cutter nur noch kleine Anpassungen vornehmen muss und die Szene nur noch an den entsprechenden Platz in der Folge platziert. Die Bilder aus den Außendrehen müssen komplett geschnitten werden, da die Szenen dort mit ein bis maximal zwei Kameras in verschiedenen Einstellungsgrößen gedreht werden und anschließend richtig kombiniert werden müssen. Nach erfolgreichem Schnitt, also wenn die Folge komplett ist, kommt diese in die Tonnachbearbeitung. Dort wird dann Musik zur Untermalung dazugelegt und es wird versucht, den aufgezeichneten Ton so rein wie möglich zu machen, sodass keine Störgeräusche mehr zu hören sind. Sobald alle fünf Folgen eines Blockes fertig nachbearbeitet sind, müssen diese noch von dem Producer und der Redaktion abgenommen werden, bevor sie in vier bis acht Wochen ausgestrahlt werden. So herrscht ein sich ständig wiederholender Rhythmus, der es ermöglicht, aus dem knappen Zeitpensum das Bestmögliche herauszuholen, was von Experten oftmals als Fließbandarbeit und künstlerisch wenig anspruchsvoll bezeichnet wird.

Diese Schilderung des Produktionsablaufs ist anhand eines Artikels von Gunther Kirsch⁶⁸ und einer Diplomarbeit von Stefanie Habermüller⁶⁹ erstellt worden. In diesen

68 vgl. gesamtes Kapitel mit Kirsch Gunther 2001: Produktionsbedingungen von Daily-Soaps: ein Werkstattbericht. Zeitungsartikel montage av. URL: http://www.montage-av.de/pdf/101_2001/10_1_Gunther_Kirsch_Produktionsbedingungen_von_Daily_Soaps.pdf (12.01.2014)

69 vgl. Habermüller Stefanie 2002: Untersuchung zu einer populären Daily Soap und ihrer medienübergreifenden Vermarktung. Diplomarbeit. URL: http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/pdfs/da_verbotene_liebe.pdf (12.01.2014)

werden die Daily-Soaps „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ und „Verbotene Liebe“ analysiert.

5.2.1.2 Scripted-Reality Grundsatz: Flexibilität

Bei Reality-Formaten dient ein Redaktionssystem als Grundlage. In diesem System hat jeder Mitarbeiter seinen eigenen Aufgabenbereich, den er betreuen muss. Als oberste Instanz fungiert der Producer. Zunächst einmal erstellt er das Profil der Sendung und überwacht es konstant. Er ist aber hauptsächlich für die Finanzierung und die Vermarktung verantwortlich. Wichtig für ihn ist auch, dass er beobachtet, ob die gewünschte Zielgruppe angesprochen wird und ob diese sich auch an dem Format bedient. Der Chefredakteur beschäftigt sich mit der Themensuche und -auswahl. Des Weiteren koordiniert er die Arbeit der weiteren Redaktionsmitglieder. Die Themenredakteure sind für die inhaltliche Recherche der ausgewählten Themenbereiche zuständig, sie orientieren sich an realen Geschichten und bauen so eine Grundlage für die Autoren auf. Die Autoren schreiben anhand der vorliegenden Materialien dann die Drehbücher. Der Storyverlauf wird von diesen bestimmt, der Dramaturgieverlauf festgelegt, die Dialoge werden geschrieben (nicht für alle Formate gültig) und die Rollenbeschreibungen für die einzelnen Charaktere beschlossen, an denen sich die Laiendarsteller orientieren können. Als inhaltliche Berater für die Redaktion und die Autoren stehen Juristen, Mediziner oder Psychologen zur Verfügung. Diese sind lediglich freie Mitarbeiter und werden je nach Bedarf der Folge eingesetzt⁷⁰. Die Protagonisten werden wiederum von der Besetzungsabteilung und dem Producer bei Castings ausgesucht.

Der Dreh selbst wird in Zusammenarbeit von zwei Abteilungen organisiert. Da bei Scripted-Reality Formaten keine Kulissen gebaut werden, denn bei den Motiven handelt es sich hauptsächlich um Wohnungen, gibt es eigene Datenbanken, in welchen die bereits zur Verfügung stehenden Drehorte aufgelistet sind. Hauptsächlich bestehen diese Datenbanken aus Adressen von Privatwohnungen, Geschäften, Cafés, Restaurants und Schulen. Dieser Fundus an Motiven wird jedoch stets erweitert, meistens auch drehbuchbezogen. Dies fällt in den Aufgabenbereich der Locationsscouts. Sie sind dafür verantwortlich neue geeignete Drehorte zu finden und vor allem dafür zu sorgen, dass die Eigentümer ihre Räumlichkeiten einem Kamerateam zur Verfügung stellen. Sobald passende Motive für ein Drehbuch, bzw. eine Folge ausgewählt wurden, erstellen die Aufnahmeleiter im Büro die Dispositionen, in welchen festgehalten

⁷⁰ vgl. Medienanstalt Hamburg: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modularbeit. URL: http://www.mahsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)

wird, wo was wann gedreht wird und welcher Darsteller wann wo hingefahren werden muss. Im Büro gibt es aber noch mehr Departments, die im Hintergrund arbeiten und nicht am Set selbst agieren, da das Drehteam so klein wie möglich gehalten wird, um vor allem Kosten zu einzusparen. Diese Arbeitsbereiche sind zum Beispiel Requisite und Kostüm. Jeden Tag werden Kisten mit den benötigten Requisiten und Kleidersäcke gepackt, die der Set-Aufnahmeleiter am Drehtag morgens abholt.

Bei einer Produktionsfirma arbeitet nicht ein großes Team einen Tag lang an einer Folge, sondern es sind immer mehrere kleine Teams im Einsatz, die in drei bis vier Tagen jeweils eine Folge drehen. Die Zahl variiert dann von fünf bis zehn Teams, je nachdem welche Kapazitäten die Firma zur Verfügung hat. Für alle Teams ist der Montag der Vorbereitungstag. Der Producer hat mit dem jeweiligen Realisator einer Folge eine Art Buchbesprechung, in welcher Fragen geklärt oder Szenen abgeändert werden können. Der Realisator setzt sich im Anschluss mit den Laiendarstellern in Verbindung und bespricht mit ihnen den ersten Drehtag. Der Set-Aufnahmeleiter holt sich ein sogenanntes „Locationbuch“. Dies ist das Drehbuch, zusätzlich mit den Motiven versehen, es ist also aufgelistet, wo welche Szene gedreht wird. Außerdem befinden sich Fotos und Anfahrtsbeschreibungen darin.

An einem klassischen Drehtag für eine Scripted-Reality-Folge, muss zunächst einmal der Set-Aufnahmeleiter und der Set-Runner die Requisitenkiste und Kleidersäcke, die am Vortag schon für die Darsteller zusammengestellt wurden, im Büro abholen. Am Set selbst ist der Set-Runner für die Requisiten verantwortlich. Die Kleidersäcke gibt es auch nicht für alle Darsteller, sondern nur für den Hauptcast. Diese sind dann jeweils selbst für diese Kostüme verantwortlich. Es kann durchaus passieren, dass die Protagonisten ihre Privatkleidung auch als Kostüm nutzen. Dies kommt aber eher bei kleineren Rollen vor. Es gibt keine Maske, jeder Darsteller ist für sein Erscheinungsbild selbst verantwortlich, also auch für das Make-Up und die Frisur, um die Authentizität zu gewährleisten. Der Hauptcast ist den ganzen Tag mit dem Drehteam unterwegs. Die Nebenrollen aller Teams, die gerade im Einsatz sind, finden sich in der sogenannten Basis ein. Dort gibt es eine Gästebetreuung, welche die Anwesenheit und das Kostüm kontrolliert. Sobald das Drehteam diese Darsteller benötigt, ruft der Set-Aufnahmeleiter an der Basis an und die benötigten Laien werden zum betreffenden Set gefahren.

Beim Dreh selbst hat das Set weniger den Anschein eines Filmsets, sondern ähnelt einer Art EB-Kamerateam. Ein EB-Kamerateam wird üblicherweise für Nachrichtensendungen eingesetzt und ist für die elektronische Berichterstattung zuständig. Ein solches Team besteht aus einem Journalisten, einem Kameramann und einem Techniker,

der dann für die Departments Ton und Beleuchtung zuständig ist. Bei den Scripted-Reality-Formaten ist dieses Team sehr ähnlich, variiert jedoch auch von Produktion zu Produktion. Üblicherweise gibt es einen Kameramann und einen Kameraassistenten. Der Kameramann setzt auch gleichzeitig das Licht und der Kameraassistent trägt die Verantwortung für die Tonaufzeichnung. Je nachdem wie aufwendig der Dreh ist, wird zusätzliches Personal eingestellt, wie zum Beispiel ein Beleuchter. Grundsätzlich besteht ein Drehteam aus sechs Mitarbeitern plus Darsteller.

Zu erwähnen ist auch der sogenannte Realisator. Dieser ist vergleichbar mit dem Regisseur der Daily-Soap. Er arbeitet mit den Laiendarstellern und bereitet sie so vor, wie er es für die jeweilige Szene für angebracht hält. Vor dem Drehen der Szenen gibt es keine Proben, sondern sogenannte Briefings. Dabei bespricht der Realisator für fünf bis zwanzig Minuten, je nach Arbeitsstil des Realisators und Wichtigkeit der anstehenden Szene, das Bild mit den Laiendarstellern und erklärt ihnen, wie sie zu reagieren haben. Proben werden eher vermieden, da der Realisator eine möglichst natürliche Reaktion der Darsteller bevorzugt. Wenn eine Szene aber nicht so funktioniert, wie der Realisator es sich wünscht, wird sie wiederholt, bis sie seinen Vorstellungen entspricht. Am Set selbst wird oft improvisiert, damit die Szenen authentisch wirken. Nichtsdestotrotz hat der Realisator alle Freiheiten, noch zusätzliche Details zu bestimmen, denn das Drehbuch der Autoren dient sozusagen nur als Grundgerüst. Auch wenn es überwiegend nur drei bis vier Drehtage pro Folge gibt, werden diese voll ausgeschöpft und ein Drehtag kann bis zu dreizehn Stunden dauern. Der Drehtag endet erst, wenn alle disponierten Szenen abgedreht wurden. Es treten oftmals Schwierigkeiten auf. Beispielsweise kommt es vor, dass ein Vermieter die gebuchte Privatwohnung auf einmal selbst nicht mehr freigibt. Dann muss das Team sehr flexibel und spontan arbeiten. Es muss so schnell wie möglich ein neues Motiv gesucht werden, damit keine Zeit verloren geht. Es kann auch passieren, dass nach ein oder zwei Drehtagen ein Laiendarsteller krank wird. In so einem Fall wird nicht auf die Genesung gewartet, es wird ein neuer Laiendarsteller gebucht, die bereits gedrehten Szenen werden nochmals wiederholt. In diesem worst-case Szenario kann es durchaus passieren, dass auch am Wochenende gedreht werden muss.

So ein Drehtag kann nicht nur lang, sondern auch anstrengend werden. Da das sechsköpfige Team und der Hauptcast eine überschaubare Runde darstellt, ist es durchaus möglich, dass das Team mehrmals am Tag einen Motivwechsel hat. Es wird zum Beispiel in einer Privatwohnung angefangen, dann in einem Café und schließlich in einem Geschäft gedreht. Die Teams müssen so klein gehalten werden, da die Motive über-

wiegend Privatwohnungen oder Geschäfte sind, wo auch rein logistisch gesehen nicht mehr Personen reinpassen würden.⁷¹

Für den Schnitt des gedrehten Materials stehen nochmals drei bis vier Tage zur Verfügung. So entsteht ein fast ideales Dreh-Schnitt-Verhältnis, sodass es laut Stichler auch hier zu geringeren Produktionskosten kommt.⁷² Der Realisator ist beim Schnitt nicht dabei, sondern der Cutter erledigt dies alles eigenständig anhand der Schnittberichte des Scripters. Nur die Off-Texte, die schon im Drehbuch vorgeschrieben sind, werden dann noch von einem professionellem Sprecher vertont und mit Musik unter die entsprechenden Szenen gelegt.

Bei einigen Produktionsfirmen kommt es sogar vor, dass ein und derselbe Redakteur mehrere Aufgaben gleichzeitig übernimmt. Er sucht sich beispielsweise ein Themengebiet aus, schreibt das Drehbuch selbst, ist daraufhin als Realisator beim Dreh dabei und schneidet die Folge sogar noch selbständig. Dadurch können natürlich viele Mitarbeiter eingespart werden, sodass es sich für den Produzenten wiederum auszahlt.⁷³

Normalerweise werden aber Realisatoren, ebenso wie die Kameramänner und Assistenten als Freiberufler extern engagiert. Zum festen Drehteam einer Produktionsfirma gehören nur der Set-Aufnahmeleiter, der Scripter und der Set-Runner.

5.2.2 Über Stab und Equipment

Wie beim Lesen der vorherigen Punkte bestimmt schon aufgefallen ist, benötigt es bei den Daily-Formaten etwas mehr Mitarbeiter als bei Scripted-Reality-Sendungen. Dies ist die Folge der geringen Zeitkapazität, die zur Verfügung steht. Es ist ein Unterschied, ob für eine Folge ein Drehtag oder drei bis vier Drehtage vorliegen. Außerdem wird bei Daily-Formaten eine fiktive Geschichte erzählt, die von Schauspielern repräsentiert wird. Deshalb werden von den ungefähr 130 Mitarbeitern der Produktion pro Set, sei es im Studio- oder im Außendreh, 20 bis 30 Leute benötigt, die aktiv am Dreh mitarbeiten. Jedes Kostüm und jedes Requisit wird auf den Charakter in der Serie abgestimmt. Bei den Scripted-Reality Formaten werden mit Absicht Laiendarsteller ausgesucht, die ins Rollenprofil passen.

71 vgl. gesamtes Kapitel mit Anlage 1

72 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

73 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

Deshalb können diese teilweise sogar ihre Privatkleidung tragen und da es bei den Handlungen mehr um die Dialoge beziehungsweise die Konflikte geht, sind auch nicht viele Requisiten nötig. Die, die erforderlich sind, werden schon am Vortag im Büro vorbereitet. Somit fallen viele Berufsfelder einfach weg, da sie für das Format irrelevant sind. Auch von der technischen Seite betrachtet, gibt es Unterschiede beim benötigten Equipment. Da der Look bei Scripted-Reality-Formaten durch die Handkamera geprägt ist, um den Zuschauern die Position eines Beobachters zu ermöglichen, wäre es unsinnig, eine Schiene zu verlegen. Bei den Daily-Formaten gibt es hingegen drei Kameras auf Pumpen, die im Studio drehen und ein bis zwei Kameras im Außendreh, wo Schienen verlegt und ständig um- und aufgebaut werden müssen. Ein weiterer großer Unterschied besteht darin, dass der technische Stab bei Scripted-Reality Sendungen meistens nur aus Freiberuflern besteht, welche bei Bedarf angeheuert werden.⁷⁴ Bei den Soap Operas oder Telenovelas dagegen sind knapp ein Drittel der Mitarbeiter festangestellt, die anderen zwei Drittel arbeiten mit befristeten Arbeitsverträgen.

Da bei den Formaten des Scripted-Reality der Stab nur aus sechs Mitarbeitern und den Darstellern besteht, verschwimmen manchmal die Zuständigkeitsbereiche. Das bedeutet, es kann durchaus passieren, dass der Scripter mal den Tonmischer trägt und der Aufnahmeleiter die Kamera hält, damit man schneller am neuen Motiv ist und besser voran kommt. Bei Daily-Serien arbeiten hingegen überwiegend Profis, die über jahrelange Berufserfahrung in diesem Format verfügen. Deshalb bleibt jedes Department in seinem Zuständigkeitsbereich. Wenn Hilfe benötigt wird, wird ein Praktikant eingesetzt, bevor beispielsweise die Kostümbildnerin ein Kabel verlegen muss.⁷⁵

Somit arbeitet jedes Format mit der Anzahl der Mitarbeiter und dem Equipment, das angemessen ist, damit keine unnötigen Kosten entstehen.

5.2.3 Von Establishing-Shots zu verwackelten Bildern

Daily-Soaps und Telenovelas unterscheiden sich nicht nur durch die Dramaturgie, die technischen Mittel und die Anzahl der Mitarbeiter von Scripted-Reality Formaten, sondern auch durch die angewandten Stilmittel, die bei der Umsetzung der geschriebenen Szenen eingesetzt werden. Wie im folgenden Kapitel beschrieben wird, hat zwar jeder Regisseur beziehungsweise Realisator seine eigene Methodik und seinen eigenen Stil,

74 vgl. Medienanstalt Hamburg: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modularbeit. URL: http://www.mahsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)

75 vgl. gesamtes Kapitel mit Anlage 1

den Zuschauern die Szene aufzubereiten, es werden jedoch von allen gewisse Grundstrukturen, dem Format entsprechend, befolgt.

Wie im vorherigen Kapitel schon erwähnt, wird bei Daily-Formaten im Studio mit drei Kameras gearbeitet. Da die meisten Szenen aus Dialogen zwischen zwei Darstellern bestehen, dreht eine Kamera meistens eine totale Einstellungsgröße und die anderen beiden Kameras konzentrieren sich auf jeweils einen Schauspieler mit näheren Einstellungsgrößen, damit der Zuschauer die Reaktionen besser wahrnehmen kann. Sobald mehrere Schauspieler im Bild sind, wird es jedoch schwieriger und der Regisseur muss sich in seiner Vorbereitungszeit gut überlegen, wie er das Bild auflöst, sprich auf welchen Schauspieler die Kamera zu welchem Zeitpunkt gerichtet sein muss. Bei Szenen, die ein ganz besonderes Gefühl vermitteln sollen, wird die Kamera auch im Studio von der Pumpe abgebaut und auf ein Praktikabel mit einem Stativ gestellt, oder es wird mit der Handkamera gearbeitet, um eine subjektivere Sicht, also eine Art Beobachtersituation zu erzeugen. Im Außendreh wird vor allem mit den Schienen, dem Dolly und einem kleinen Kran gearbeitet. Ruhige oder schnelle Fahrten, je nach Motivation der Schauspieler, führen in die Szene ein und ab einem gewissen Zeitpunkt wird in nähere Kameraeinstellungen umgebaut. Wie auch im Studio wird abhängig von der jeweiligen Szene mit Handkamera gearbeitet. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die musikalische Untermalung einer Szene. Durch Hintergrundmusik oder Songs die im Hintergrund laufen, wenn beispielsweise ein Radio in der Kulisse steht, werden Stimmungen und Gefühlszustände unterstrichen und dem Zuschauer auf eine subtile Art vermittelt. Damit der Zuschauer sich orientieren kann, welche Spielzeit ungefähr gezeigt wird oder wenn ein Tageswechsel ansteht, wird mit sogenannten Establishing-Shots gearbeitet. Dabei handelt es sich um Außenaufnahmen, die die Umgebung in der die Geschichten spielt - je nach Produktion mehr an die Stadt oder den ländlichen Bereich gebunden - zeigen. Durch diese Stilmittel ist dem Zuschauer bewusst, auf was er sich einlässt und er entwickelt gewisse Erwartungen an das Produkt.

Auch Scripted-Reality Formate haben solche Grundmuster zur stilistischen Orientierung. Das wohl auffälligste Merkmal ist die Handkamera. Durch die verwackelten Aufnahmen soll der Zuschauer den Eindruck bekommen, er sei ein unbemerkter Beobachter, der mitten im tatsächlichen Geschehen steckt. Bei manchen Formaten wird zusätzlich noch der Blickwinkel der Überwachungskamera mit eingebracht. Dieser Blickwinkel wird allerdings nur eingesetzt, wenn der Zuschauer denken soll, dass sich die Protagonisten unbeobachtet fühlen oder kriminelle Handlungen vollziehen. Einstellungsgrößen sind auch hier ein wichtiger Anhaltspunkt. Totalere Aufnahmen können dem Zuschauer ein Raumgefühl geben, sodass dieser einen Überblick gewinnen kann. Nahaufnahmen

werden hingegen dazu verwendet, Gefühle sichtbarer zu machen und die Reaktionen der Darsteller besser einzufangen. Ein wichtiges Element, welches es normalerweise nur bei Berichterstattungen und Dokumentationen gibt, ist die Interviewsituation. Diese hat verschiedene Zwecke: Entweder erscheinen sie kurz nach einem Konflikt, damit der Beobachter die Motivation der Protagonisten besser nachvollziehen kann, oder zur Erklärung beziehungsweise Zusammenfassung von gewissen Szenen oder Gedankengänge, die der Darsteller dem Publikum schildern möchte ohne dass andere Protagonisten davon erfahren. Einige Stilmittel lassen sich erst durch die Postproduktion bereiten, wie zum Beispiel die Montage. Durch die Nachbearbeitung im Schnitt werden die Zuschauer teilweise manipuliert, weil die Bilder und Aussagen so angeordnet werden, dass das Publikum Sympathien oder Antipathien entwickelt. Ein sehr beliebtes Werkzeug ist auch der Splitscreen, wodurch Vergleiche sehr gut präsentiert werden können, sowie Vorher-Nachher-Situationen. Auch Hilfsmittel wie Slow- und Fastmotion werden bevorzugt eingesetzt, um mehr Spannung zu erzeugen oder um einen Fortschritt aufzuzeigen. Aber nicht nur visuelle, sondern auch auditive Elemente sind von Bedeutung für dieses Format, um die inszenierte Wirklichkeit glaubhaft zu machen. Vor allem durch raschelnde Mikrophone oder unsauber aufgezeichneten Ton in Konfliktsituationen wird den Zuschauern ein Gefühl von Authentizität vermittelt. Durch zusätzlich hinzugefügte Geräusche, wie zum Beispiel Herzklopfen, können Stimmungen betont werden, was im Übrigen, wie bei allen Formaten, auch durch Musik geschieht. Musik kann das Gefühlsmanagement der Zuschauer stark beeinflussen und bestimmte Charakterzüge können dadurch unterstrichen werden, auch wenn der Protagonist diese im Bild selbst nicht äußert. Der Zuschauer wird bei seiner Beurteilung auch durch den Sprachgebrauch der Darsteller beeinflusst. Versprecher machen die Szene glaubhaft, Slang lässt Personen minderbemittelt wirken, erlesene Ausdrucksweisen wiederum schlau. Was auffällig ist, ist dass sich die Laiendarsteller nie auf einer sachlichen Ebene miteinander unterhalten, sondern es wird sehr schnell geschrien und geschimpft. Das sind die Momente, die der Realisator von seinen Protagonisten verlangt, weil es beim Zuschauer offensichtlich gut ankommt. Der Off-Sprecher bringt dann mit seinen situationsbeschreibenden Texten etwas Ruhe in das Geschehen, kann dadurch aber auch Stereotypen bilden, wie zum Beispiel „die arbeitslose alleinerziehende Mutter“. Dies sind alles Merkmale, die eingesetzt werden, um dem Zuschauer zu suggerieren, es handele sich um reale Geschichten. Das Element, das dabei am Besten funktioniert, ist die ständige Erinnerung daran, dass ein Kamerateam anwesend ist. Die Interaktion zwischen den Protagonisten und dem Kamerateam lässt die Situation aufrichtig und real erscheinen. Wenn zum Beispiel jemand an den Rand der Verzweiflung gedrängt wird, zu weinen beginnt und daraufhin das Kamerateam auffordert, den Raum zu verlassen,

dann erscheint dies dem Zuschauer plausibel und er entwickelt Mitgefühl mit der leidenden Person.⁷⁶

Durch die Kombination dieser Faktoren wird es dem Zuschauer erschwert, Realität von Inszenierung zu separieren. Genau dies ist die Absicht der Macher: Gestellte Geschichten aus dem Leben als wahre Begebenheiten darzustellen.

5.3 Inszenierung und Schauspielerführung

Bei einem klassischen Set ist der Aufnahmeleiter für die gesamten organisatorischen Bereiche, der Regisseur für die kreativen Bereiche verantwortlich. Die Funktion des Regisseurs besteht kurz gesagt darin, die Arbeit von Kamera, Ton, Schnitt, Ausstattung, Requisite, Kostüm und den Schauspielern so miteinander zu verknüpfen, dass aus diesen verschiedenen Teilen ein homogenes Endprodukt hervorgeht. Die Arbeit des Regisseurs beginnt aber vor dem eigentlichen Dreh. Das Drehbuch muss gelesen und überarbeitet werden, ein Produktionsstab muss zusammengestellt werden und die Schauspieler müssen gecastet werden. Jeder Regisseur hat eine unterschiedliche Vorstellung und einen ganz eigenen Stil. Einige holen sich Anregungen bei Teammitgliedern ein, viele haben jedoch eine sehr eindeutige Auffassung von Bild, Ton, Ausstattung und den Darstellern. Alle Departments sprechen die kreativen Bereiche mit dem Regisseur ab, denn er allein hat die Entscheidungsmacht über gestalterische Elemente und trägt dafür auch die Verantwortung. Viele Bereiche kann er an das jeweilige Department abgeben, damit alles in seinem Sinne vorbereitet werden kann, die Schauspielerführung und Inszenierung hängt jedoch allein vom Regisseur ab.⁷⁷ In den folgenden Unterpunkten werden die verschiedenen Möglichkeiten und Arbeitsmethoden des Regisseurs bei der Daily-Soap/Telenovela und dem Redakteur/Realisator bei Scripted-Reality Formaten aufgezeigt.

5.3.1 Der Regisseur und seine Schauspieler

Wie in den vorhergehenden Kapiteln schon erwähnt, gibt es bei der Produktion von Daily-Formaten viel, jedoch keine Zeit. Das bedeutet, dass viele Aufgaben verteilt werden und neue Berufsbilder dazu kommen. Bei Daily Soaps und Telenovelas gibt es

⁷⁶ vgl. Medienanstalt Hamburg: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modulararbeit. URL: http://www.ma-hsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)

⁷⁷ vgl. van Appeldorn 1992, S. 340

deshalb beispielsweise den sogenannten Schauspiel- beziehungsweise Dialogcoach. Da die Arbeitsweise bei einer täglichen Produktion doch etwas spezieller ist, bereiten diese die Schauspieler auf die einzelnen Szenen vor. Die Schauspieler müssen dem hohen Druck und dem großen Drehpensum gewachsen sein, denn zeitweise muss ein Darsteller bis zu zehn Bilder pro Tag drehen, was nicht nur bedeutet zehn verschiedene Texte zu beherrschen, sondern sich auch zehn Mal am Tag in verschiedene Handlungen und Emotionen zu versetzen. Der Schauspielcoach soll den Schauspielern helfen sich und die Rolle, die er verkörpert, in Einklang zu bringen. Er übt den Text, bespricht die Motivationen der Rollen mit den Darstellern und erteilt, wenn es sein muss sogar noch rudimentären Schauspielunterricht. Durch die ständige Vorarbeit, die hierbei geleistet wird, spart er dem Regisseur am Set wichtige Proben- und Diskussionsarbeit ein. Nichtsdestotrotz wird in der Schauspielprobe dem Regisseur die Szene vorgespielt, mit den Höhen und dem Fall den sich Schauspieler und Coach gemeinsam erarbeitet haben. Das Schlusswort bleibt jedoch immer dem Regisseur überlassen. Der Coach kann somit eine gewisse Kontinuität in der Schauspielerführung erzeugen, sodass er ein Balance zwischen den wöchentlich wechselnden Regisseuren und deren unterschiedlichen Arbeitsweisen herstellen kann.⁷⁸

Obwohl die Daily Formate den Ruf innehaben, keinen hohen künstlerischen Wert mitzubringen und simple Inhalte zur Grundlage zu haben, war für einige Schauspieler genau dieses Format ein wichtiges Sprungbrett, um entdeckt zu werden. Der ständige Zeitdruck, konsequente Leistung zu erbringen und die Zuschauer im Nachmittags- und Vorabendprogramm abholen zu können, braucht Durchhaltevermögen, was Fernseh- und Filmproduktionen im Anschluss zu schätzen wissen.

5.3.2 Der Realisator und seine Laiendarsteller

Bei den Scripted-Reality Formaten muss man zwischen den Sendungen unterscheiden. Wie bereits erwähnt, arbeiten einige Produktionsfirmen nur mit einer Art EB-Kamerateam, während bei anderen Produktionen etwas mehr investiert wird, wie zum Beispiel bei „Berlin Tag und Nacht“.

Alle Formate verbindet jedoch eines: die Darsteller werden zwar gecastet, sie sind jedoch keine wirklichen Schauspieler mit einer Ausbildung, sondern Laiendarsteller. Für die optimale Besetzung einer Folge, werden vorzugsweise Protagonisten ausgewählt,

⁷⁸ vgl. gesamtes Kapitel mit Kirsch Gunther 2001: Produktionsbedingungen von Daily-Soaps: ein Werkstattbericht. Zeitungsartikel montage av. URL:http://www.montage-av.de/pdf/101_2001/10_1_Gunther_Kirsch_Produktionsbedingungen_von_Daily_Soaps.pdf (12.01.2014)

welche eine vergleichbare Erfahrung, wie sie in der Geschichte beschrieben wird, schon einmal erlebt haben, wie zum Beispiel einen Überfall. Der Darsteller wird sozusagen nach dem vorgeschriebenen Rollenprofil ausgesucht. Wenn beispielsweise jemand gesucht wird, der das Rollenprofil „arbeitslos“ erfüllen soll, ist diese Person oft ungepflegt und übergewichtig. So entstehen gewisse Stereotypen (siehe auch Kapitel 6.2). Es kann deshalb vorkommen, dass ein und derselbe Protagonist durchaus mehrere Rollen in verschiedenen Produktionen einnehmen kann.⁷⁹

Experten wie Polizisten, Anwälte oder Psychologen, die eingesetzt werden, sind in der Regel echt. Diese können durch den sachlichen Sprachgebrauch den Zuschauer von der gestellten Wirklichkeit mehr überzeugen.

Im letzten Jahrzehnt, haben die Produktionsfirmen in Zusammenarbeit mit den Castingtonagenturen in Datenbanken erhebliche Mengen an Laiendarstellern gesammelt. Laut Stichler liegt die Zahl zwischen 20.000 und 40.000 registrierten Personen pro Firma und trägt damit enorm zum Erfolg der Scripted-Reality Sendungen Teil, da es so den Produzenten erleichtert wird, Darsteller für wenig Geld zu finden.⁸⁰

Nachdem die Laiendarsteller von den Produktionsfirmen ausgewählt wurden, erhalten diese ein Drehbuch. Von großer Wichtigkeit ist dabei, dass die Laien die Texte nicht auswendig lernen, sondern im Stand sind alles in eigene Worte zu fassen, damit die Dialoge authentischer und realitätsgetreuer wirken. Auffällig ist dabei, dass viele Protagonisten Emotionen wie Wut oder Ärger besser darstellen können, als positive Gefühle wie Freude und Glück.

Die Laiendarsteller werden sehr gut auf ihre Rolle vorbereitet, indem sie umfassende Charakterprofile erhalten und auch vor dem ersten Drehtag noch mit dem Realisator telefonieren und offene Fragen klären. Da das Realityfernsehen schon über ein Jahrzehnt im deutschen Fernsehen präsent ist, fällt es den Protagonisten auch einfacher ihrem gespieltem Charakter gerecht zu werden, da sie ähnliche Situationen selbst schon mehrmals im Fernsehen beobachten konnten. Dadurch passen sie sich sehr gut an das Format an und neigen dazu, alles äußerst melodramatisch und theatralisch darzustellen. Aus diesem Grund haben Medienwissenschaftler dieser Art von Overacting der Laiendarsteller, einen Fachbegriff zugeteilt: Die sogenannte „Inszenierungskompetenz“. Falls die ausgewählten Personen nicht in der Lage sind, Emotionen auf Knopf-

79 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

80 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

druck zu liefern und ihre „Inszenierungskompetenz“ gering ist, werden Szenen einfach so oft wiederholt bis der Realisator das gewünschte Ergebnis erreicht hat.⁸¹ Der Realisator treibt die Laiendarsteller teilweise an die Grenze ihrer Möglichkeiten, damit ihre Reaktionen denen des Drehbuchs entsprechen und die Szene für den Zuschauer authentisch wirkt. Genau wie bei einem Regisseur hat aber auch jeder Realisator seinen eigenen Stil. Teilweise werden Szenen aufwendiger geprobt, um den Darstellern die möglichen Gänge zu zeigen, oder damit zum Beispiel bei einem Polizeiübergriff jeder genau weiß, was er zu tun hat und wen er wie anfassen muss. Der Realisator gibt zeitweilig auch regieartige Anweisungen, die die Laiendarsteller ungeachtet Ihrer eigenen Befindlichkeit befolgen müssen, da sie vertraglich gebunden sind. Meist werden Proben jedoch ausgespart, um einen „natürlichen“ Effekt für Handlungen und Dialoge zu erzeugen.

5.4 Der finanzielle Aufwand

Die Produktion von Filmen und Fernsehsendungen ist die Herstellung eines Produkts. Bei der Fertigung fallen Kosten an, wie bei jedem anderen Erzeugnis auch. Damit ein Format produziert werden kann, muss sich also jemand mit dem finanziellen Aufwand auseinander setzen. Dafür sind der Produktionsleiter und der Producer zuständig. Der Produktionsleiter und sein Assistent sind verantwortlich für die Verhandlungen und den Abschluss der Verträge aller Mitarbeiter und für die Anmietung von Studios, technischen Geräten, dem Schneideraum et cetera. Im Normalfall erhalten die Abteilungen Kostüm, Maske, Requisite und Ausstattung ein gewisses Budget und müssen damit alle notwendigen Utensilien besorgen. Da es bei den Scripted-Reality-Sendungen und den Daily-Formaten nicht nur ein Drehbuch gibt, sondern eben eines pro Folge, variiert die Ausschöpfung der finanziellen Mittel. Falls ein Hilfsmittel oder Accessoire etwas Außergewöhnliches ist und außerhalb des Budgets liegt, muss Absprache mit dem Produktionsleiter gehalten werden, um einen Zuschuss für das jeweilige Drehbuch auszuhandeln. Der Producer überwacht alle Ausgaben und kann durchaus sein Veto einlegen. Er ist dafür verantwortlich, dass genügend Geld in eine Produktion fließt und an den richtigen Stellen ausgegeben wird. Damit der Produktionsleiter eine Kalkulation pro Drehbuch und auch laufende Kosten berechnen kann, bedarf es einer engen Zusammenarbeit mit dem Aufnahmeleiter. Die wichtigste Aufgabe für diesen besteht darin, anhand des Drehbuchs einen Drehplan zu erstellen. Dabei trägt er die Vorbereitungsstage,

81 vgl. Medienanstalt Hamburg: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modularbeit. URL: http://www.mahsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)

Drehtage, Schnitttage und Mischungstage in einen Kalender ein, damit man einen Überblick behalten kann, wer wann wo arbeitet und was wann benötigt wird. Der Aufnahmeleiter überwacht zusätzlich die Produktion und sorgt dafür, dass die Disposition eingehalten wird. Dies ist für die Firma ausschlaggebend, denn manche Darsteller sind nur in einem gewissen Zeitraum engagiert oder Drehorte und zum Beispiel Mietautos oder andere Requisiten stehen nur an gewissen Tagen zur Verfügung. Wenn wegen schlechtem Wetter, krankheitsbedingten Ausfällen oder technischen Störungen umdisponiert werden muss, ist dies stets mit erheblichen Problemen und unerwarteten Kosten assoziiert.⁸²

Grob werden die Produktionskosten in folgende Punkte unterteilt:

- Entwicklungs- und Verbreitungskosten
- Rechte und Manuskript
- Honorare der Mitarbeiter und Darsteller
- Motivmiete und technische Arbeitsgeräte
- Aufzeichnungsmaterialien
- Reisekosten
- Allgemeine Kosten (zum Beispiel Versicherungen, Genehmigungen et cetera)⁸³

Bei jeder Produktion wird angestrebt, dass Produkt so billig wie möglich herzustellen und es im Anschluss so teuer wie möglich zu verkaufen. Im folgenden Kapitel wird erläutert, warum immer günstigere Formate produzieren werden sollen und in welchen Bereichen es Scripted-Reality-Produktionsfirmen im Vergleich zu Daily-Formaten gelingt, mehr Kosten einzusparen.

5.4.1 Von der Wirtschaftskrise zur Werbekrise

Das duale Rundfunksystem in Deutschland stützt sich auf zwei Säulen: die öffentlich-rechtlichen Sender, welche sich durch Gebühren und Werbung finanzieren, und die privaten Sender, welche sich durch das Schalten von Reklame finanzieren. Mit dem Beginn des neuen Jahrtausends fing jedoch eine der zwei Säulen an zu wackeln. Der Fernsehmarkt baute sich in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich auf, im Jahre 2001

⁸² vgl. van Appeldorn 1992, S. 336 ff.

⁸³ vgl. van Appeldorn 1992, S. 338 ff.

kam es aber zu einem Einsturz. Für die Medienwelt ging mit der Wirtschaftskrise eine massive Werbekrise einher. Dies machte sich in der Fernsehlandschaft durch rückläufige Werbeausgaben der Konzerne bemerkbar, der Verkauf von Werbezeiten ging drastisch zurück. Dies führte dazu, dass besonders die privaten Sendeanstalten mit Defiziten zu kämpfen hatten, denn die Öffentlich-rechtlichen finanzieren sich größtenteils durch die GEZ-Gebühren. Alle Massenmedien waren von dieser Werbekrise betroffen, welche zur Folge hatte, dass Medienfachkräfte vermehrt als Teilzeitbeschäftigte und freie Mitarbeiter eingestellt wurden, sodass diese Zahl bei den privaten Sendern von 22 Prozent im Jahr 2000 auf rund 32 Prozent im Jahr 2002 anstieg.

Im Jahr 2002 musste der Fernsehmarkt rund 20 Prozent seines Umsatzes einbüßen: Im Jahr 2000 waren es noch 18,6 Milliarden Euro, 2002 nur noch 14,7 Milliarden Euro. Ein Hoffnungsschimmer war jedoch zu erwarten. In den Jahren 2005 bis 2007 war es möglich, eine zeitweilige Stabilisierung und einen Aufschwung des Marktes zu generieren. Gerade als sich die Branche wieder ansatzweise erholt hatte, erschütterte im Jahr 2008 die nächste Krise den Markt. Durch die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise bedingt, brach der Werbemarkt ein weiteres Mal ein. Dies hatte zur Folge, dass zum Beispiel ProSieben in diesem Jahr einen Verlust von 129,1 Millionen Euro machte. Die RTL-Group schlug sich mit 296 Millionen Euro Umsatz wesentlich besser, jedoch im Hinblick auf den Vorjahresgewinn mit rund 674 Millionen Euro wird ersichtlich, dass die Sendeanstalt rund 50 Prozent an Gewinneinbußen zu vermerken hatte.⁸⁴

Die Krisen haben eindeutig den Boom der Reality-Formate gefördert. Denn die Privatsender nahmen in der Folge die Produktion von kostenintensiven fiktionalen Serien und Spielfilmen stark zurück und setzten stattdessen auf kostengünstig zu produzierende Reality-TV-Formate.⁸⁵

5.4.2 Bei der Herstellung gespart, das Programm gewonnen

Durch die Finanz- und Wirtschaftskrisen und der damit einhergehenden Werbekrise der letzten 14 Jahre, waren die privaten Fernsehanstalten gezwungen, neue Formate zu entwickeln, welche die Kosten minimieren, damit es ihnen noch möglich war einen Gewinn zu erzielen. Wie im Vergleich in Kapitel 5.2.2 deutlich wird, benötigen Scripted-

84 Vgl. Dr. Lutz/Flaschick M.A. 2009: Zwischen Boom und Krise: Der Medien(arbeits)markt im 21. Jahrhundert. Artikel in MMB-Branchenmonitor. URL: http://www.mmb-institut.de/monitore/branchenmonitor/MMB-Branchenmonitor_2009_I.pdf (16.01.2014)

85 vgl. Medienanstalt Hamburg: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modularbeit. URL: http://www.ma-hsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)

Reality Formate viel weniger Mitarbeiter im Allgemeinen und auch weniger Technik am Set selbst als eine Daily-Soap oder Telenovela, wodurch viele Kosten eingespart werden können. Auch im Hinblick auf die Honorare der Schauspieler herrschen massive Unterschiede. Ein Laiendarsteller bekommt eine fixe Gage, die davon abhängig ist, wie groß die Rolle ist und wie viele Drehtage in Anspruch genommen werden. „Die Honorare für die Darsteller bewegen sich im Rahmen von Aufwandsentschädigungen. Die meisten Darsteller engagieren sich, weil ihnen die Arbeit vor der Kamera Spaß und Anerkennung bringt.“⁸⁶ Falls ein Laiendarsteller nicht aus der näheren Umgebung des Drehorts kommt, dann bekommt dieser zusätzlich Anfahrts- und Hotelkosten erstattet. Natürlich sind Gehälter immer Verhandlungssache des Produktionsleiters. Schauspieler bei einem Daily-Format bekommen hingegen eine Tagesgage. Egal ob sie an diesem Tag nur eine oder zehn Szenen drehen, das Gehalt bleibt dasselbe. Dies ist dann wiederum Aufgabe des Aufnahmeleiters bei der Erstellung der Disposition darauf zu achten, dass ein Schauspieler mindestens zwei Bilder pro Tag dreht oder im besten Fall dann keines und an einem anderen dafür mehr, damit Kosten gespart werden können. Zusätzlich kommt noch der Faktor hinzu, dass bei Scripted-Reality-Formaten meistens Freiberufler als Kameramänner und Realisatoren angestellt werden. Sie werden für die Drehzeit gebucht und haben eine oftmals geringere Tagesgage, als ein Festangestellter, der als meist unterste Gehaltsgrenze für die Gage der Tarifverträge arbeitet.⁸⁷

Durch die Anzahl der Mitarbeiter, die Gagen der Laiendarsteller, den minimalen Technikaufwand und die stetig wechselnden, privaten Drehorte können bei Scripted-Reality Formaten Kosten eingespart werden. So liegen nach eigener Aussage der Produktionsfirmen „Filmpool“ und „Nordreich“ die Kosten für eine Folge à 45 Minuten bei ungefähr 40.000 Euro. Laut Stichler sind die Produktionen aber noch günstiger, da zum Beispiel die Firma „Stampfwerk“ in der Lage ist, eine 30 minütige Folge mit ungefähr 20.000 Euro zu produzieren.⁸⁸ Eine Folge einer Daily-Soap kostet im Gegensatz dazu 50.000-60.000 Euro und eine Weekly-Soap wie die Lindenstraße verschlingt rund 175.000 Euro pro Folge.⁸⁹ Bei der Hochrechnung auf ein Jahr, wird der Unterschied durch die monatlich eingesparten Kosten erst bewusst.

86 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

87 vgl. Anlage 1

88 vgl. Stichler Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (12.01.2014)

89 vgl. Landbeck 2002, S.118

Fakt ist für beide Produktionssysteme: Zeit ist Geld. Wer schneller und mit weniger Aufwand verbunden drehen kann, der ist klar im Vorteil und hat aus rein ökonomischer Sicht gesehen den Kampf im Programm gewonnen.

6 Nachfrage durch den Rezipienten

Durch die Ausstrahlung einer „Panorama“-Reportage (ARD) mit dem Titel „Lügenfernsehen“ am 7. Juli 2011⁹⁰ kam eine hitzige Diskussion in der Medienwelt und zwischen Medienwissenschaftlern auf: Darf Realität und Fiktion, Unterhaltung und Information soweit vermischt werden, dass der Zuschauer diese nicht mehr auseinander halten kann?

Die Reportage befasste sich mit einigen Formaten der privaten Fernsehanstalten, bei denen zum Teil nicht explizit gekennzeichnet wurde, dass die Sendung gescripted ist, also nach Drehbuch gearbeitet wurde. Wie in der bisherigen Arbeit mehrmals erwähnt, ist das besondere Merkmal von diesen Formaten, dass es für den Zuschauer mit Absicht schwer gemacht wird, dokumentarische Formate von den fiktionalen zu unterscheiden. Die meisten schalten beim Abspann schon zum nächsten Programm um oder schenken diesem nicht wirklich Beachtung, sodass der Großteil des Publikums der Meinung ist, dass die präsentierten Geschichten, zufällig gefilmte Erlebnisse aus dem wahren Leben sind. Hingegen stellt bei den Daily-Formaten kein Zuschauer die Realität in Frage. Es ist von vornherein klar, dass die Geschichten frei erfunden und durch professionelle Schauspieler gespielt und in Kulissen aufgezeichnet wurden.

Diese hitzige Debatte, die durch den Panorama Beitrag ausgelöst wurde, dauert bis heute an und ist bis zu den Landesmedienanstalten vorgedrungen, die in einer Pressemitteilung von 2013 sogar in Betracht gezogen haben, neue Mediengesetze zu fordern, die die Formate des Scripted-Reality stärker beobachten und kontrollieren würden.⁹¹

In diesem Kapitel folgt eine Analyse anhand einer selbst initiierten Online-Umfrage zu Fernsehinhalten, speziell zum Thema Scripted-Reality, von zufällig ausgewählten Personen. Die repräsentative Gruppe soll aufzeigen, inwiefern Scripted-Reality gezielt genutzt und gegenüber anderen Formaten bevorzugt wird und wenn ja warum. Daraufhin werden die Auswirkungen erörtert, welche diese Sendungen zur Folge haben können.

90 Siehe auch Fernsehbeitrag 2011: <http://daserste.ndr.de/panorama/archiv/2011/luegenfernsehen127.html> (05.01.2014)

91 vgl. Widlok 2013: die medienanstalten-PM 11/2013: Jahresrückblick 2013: Zwischen „Casting-Shows“ und der Forderung nach neuen Medienrecht. Pressemitteilung. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilung-gen/die-medienanstalten/detailansicht/article/die-medienanstalten-pm-112013-jahresrueckblick-2013-zwischen-casting-shows-und-der-forderung.html> (18.01.2014)

6.1 Wer schaut sich Scripted-Reality warum an?

Niemand will sie gesehen haben, die Scripted-Reality Formate. Nichtsdestotrotz stimmen die Zahlen. RTL ist im Jahresrückblick 2013 in der Lage mit den beiden großen öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF nicht nur mitzuhalten, sondern auch zu konkurrieren, obwohl – oder gerade weil – das Nachmittags- und Vorabendprogramm fast ausschließlich aus Reality-Formaten besteht.

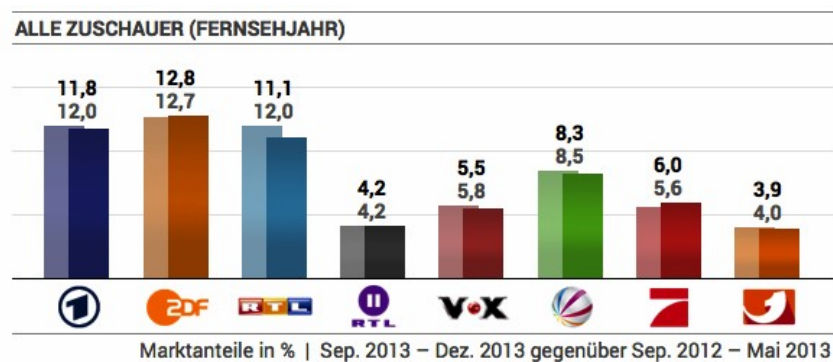


Abbildung 6: Marktanteile im Fernsehjahr 2013 (alle Zuschauer)⁹²

In Abbildung 6 wird unter Einbezug aller Alters- und Zuschauergruppen schnell ersichtlich, dass das ZDF mit einem Marktanteil 12,8% Ende 2013 knapp vor dem öffentlich-rechtlichen Sender ARD (11,8%) und der privaten Anstalt RTL (11,1%) die drei Umsatz- und Absatzstärksten Sender in Deutschland sind. Auf Platz vier liegt der private Sender ProSieben mit einem Anteil von 8,3%, der jedoch noch keine wirkliche Konkurrenz für die ersten drei Plätze darstellt. Gefolgt werden diese vier durch weitere private Sender, jedoch von keinen weiteren öffentlich-rechtlichen, die eine Gefahr darstellen könnten.

⁹² vgl. Riedner/Weis 2014: TV-Markt: ZDF bleibt Marktführer. Quotenanalyse 2013. URL: <http://www.quotenmeter.de/n/68230/tv-markt-zdf-bleibt-marktfuehrer> (18.01.2014)

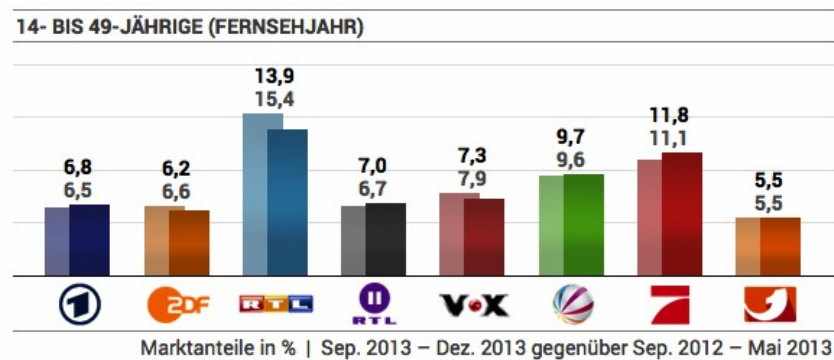


Abbildung 7: Marktanteile im Fernsehjahr 2013 (14-49-Jährige).⁹³

Anhand von Abbildung 7 ist jedoch ersichtlich, dass im Hinblick auf die werberelevante Zielgruppe eindeutig RTL mit 13,9% an der Spitze liegt, gefolgt vom Konkurrenzsender ProSieben mit 11,8%. Die im Gesamtbild gesehen zwei Spitzenreiter ZDF und ARD, fallen hier stark ab mit Werten von 6,2% und 6,8%.

Aber durch die Marktanteile wird die Zuschaueranzahl nicht definiert. Diese bezieht sich speziell auf eine gewisse Sendung oder Sendezeit, in welcher aufgezeigt wird, wann wie viele Zuschauer ein Programm nutzen. An diesem Punkt kommen die Zielgruppen ins Spiel. Voraussetzung um eine hohe Einschaltquote zu erreichen, ist eine exakte Planung des Programms, in der es gilt, die in dem Moment relevante Zielgruppe anzusprechen. Hohe Quoten sind die Voraussetzung für die Möglichkeit viele Werbeaufträge zu einem hohen Preis zu bekommen und somit wichtig, um sich die Marktanteile zu sichern. Dies ist vor allem für die privaten Sender von großer Bedeutsamkeit, da es für sie überlebensnotwendig ist. Jedoch auch öffentlich-rechtliche Sender kommen nicht ohne hohe Einschaltquoten aus, denn auch sie wollen Werbezeiten verkaufen. Der wichtigere Faktor aber ist, dass sie durch die Einschaltquoten die Fernsehgebühren legitimieren. Mit diesem Ziel vor Augen, verzichten viele Privatsender auf informative oder kulturelle Formate, konzentrieren sich daher auf ein auf Unterhaltung fixiertes und eine breite Masse ansprechendes Programm. Die „breite Masse“ betrifft alle Menschen zwischen 14 und 49 Jahren, da sie in den sogenannten „best ages“ sind und zu den zahlungsträchtigsten Konsumenten gehören. Hierbei spricht man dann von der werberelevanten Zielgruppe. Deshalb gilt es auch das Nachmittags- und Vorabendprogramm vor allem für Jugendliche, Arbeitslose und Hausfrauen interessant zu gestalten. Denn selbst wenn Rentner oder Kinder Sendungen eines Privatsenders nutzen und die Einschaltquoten stimmen, kann es trotzdem passieren, dass ein Format abge-

⁹³ vgl. Riedner/Weis 2014: TV-Markt: ZDF bleibt Marktführer. Quotenanalyse 2013. URL: <http://www.quotenmeter.de/n/68230/tv-markt-zdf-bleibt-marktfuehrer> (18.01.2014)

setzt wird, weil die Konsumenten nicht zu der werberelevante Zielgruppe gezählt werden und für eine profitorientierte Anstalt dadurch uninteressant werden.

Alexander Krei hat in einem Artikel er die Einschaltquoten von RTL und RTL II aus dem Jahr 2012 analysiert. In diesem erörterte er, dass die Daily „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, sowie auch „Alles was zählt“ oder „Unter uns“ niedrigere Marktanteile als gewöhnlich erzielten. Er kam zu dem Resümee: „Unterm Strich leiden die Soaps von RTL derzeit unter veränderten Rahmenbedingungen – neue Konkurrenz macht es für die Vorabendserien schwerer, die Fans bei Laune zu halten.“⁹⁴ Mit der Konkurrenz sind Scripted-Reality-Formate gemeint. Deshalb stellt sich die Frage: Warum wenden sich immer mehr Rezipienten von diesen fiktionalen Daily-Serien ab und bevorzugen Scripted-Reality-Formate?

In einer selbst erstellten Online-Umfrage⁹⁵, wird versucht auf diese Frage anhand von Zielgruppe, Fernsehverhalten und dessen Begründung eine Antwort zu finden.

1. Zu welcher Alterskategorie gehören Sie? *

Anzahl Teilnehmer: 280

- (0.0%): 0-12 Jahre

15 (5.4%): 13-18 Jahre

139 (49.6%): 19-24 Jahre

86 (30.7%): 25-35 Jahre

31 (11.1%): 36-49 Jahre

9 (3.2%): 50 +

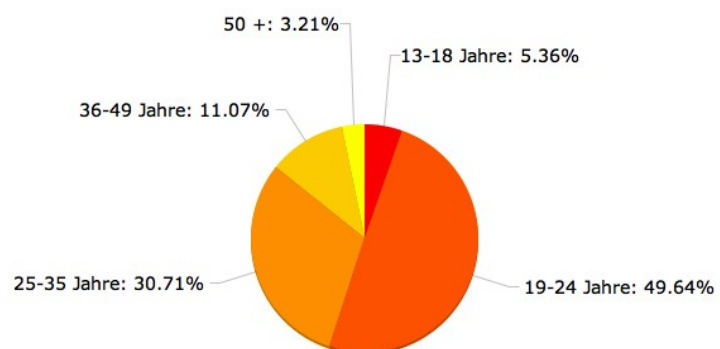


Abbildung 8: Einteilung der Befragten in Alterskategorien.

In der durchgeführten Online-Umfrage haben rund 280 zufällig ausgewählte Personen teilgenommen, davon gehören rund 256 zu der Werberelevanten Zielgruppe, deshalb kann diese Umfrage auch als repräsentativ angesehen werden. Da diese Erhebung hauptsächlich über Social Media verbreitet wurde, besteht knapp die Hälfte der befragten Personen aus den 19-24 jährigen, da für diese die Plattformen zum Alltag gehören und stetig genutzt werden. Die nächst größere Gruppe besteht aus den 25 bis 35 jährigen (86 Teilnehmer), gefolgt von den 36 bis 49 jährigen mit 31 Befragten. Weniger stark vertreten waren die 13 bis 18 jährigen (5,4 Prozent) und als letzte Gruppe gab es noch

⁹⁴ zit. Alexander Krei 2012: Schlechte Zeiten – Dailysoaps verstärkt unter Druck. Quotenanalyse. URL: http://www.d-wdl.de/untermstrich/38318/schlechte_zeiten_dailysoaps_verstaerkt_unter_druck/ (18.01.2014)

⁹⁵ Villotti Elisabeth 2014, <https://www.umfrageonline.com/s/scripted-reality> (17.01.2014)

9 Teilnehmer der Kategorie der über 50 jährigen. Keiner der befragten Personen war unter 13 Jahre alt.

2. Wie häufig nutzen Sie das Medium Fernsehen? *

Anzahl Teilnehmer: 280

166 (59.3%): täglich

87 (31.1%): wöchentlich

16 (5.7%): monatlich

5 (1.8%): jährlich

6 (2.1%): nie

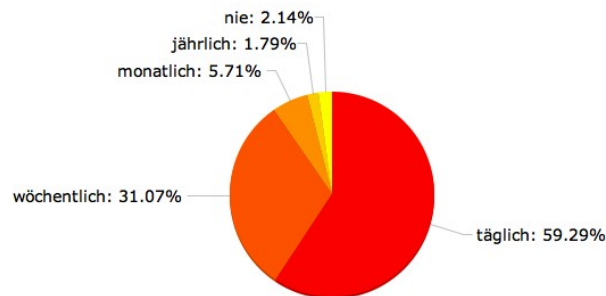


Abbildung 9: Repräsentative Häufigkeit der Fernsehnutzung.

Hinsichtlich der Befragung zur Häufigkeit der Fernsehnutzung, gilt festzustellen, dass das Medium Fernsehen immer noch ein wichtiger Bestandteil unserer heutigen Gesellschaft ist, da es von fast 60 Prozent der Befragten Personen, trotz des konkurrierenden Internets, immer noch täglich genutzt wird und von annähernd 31 Prozent wöchentlich. 16 der Individuen gaben an, dass sie das Medium monatlich nutzen, und fünf davon immerhin jährlich. Lediglich sechs Personen gaben an, dass sie niemals fernsehen. Sie repräsentieren somit die Gruppe der Bevölkerung, welche keinen Fernseher besitzen oder sie aus Gründen der Überzeugung nicht nutzen.

3. Warum nutzen Sie das Medium Fernsehen? *

Anzahl Teilnehmer: 280

173 (61.8%): zur Information

245 (87.5%): zur Unterhaltung

62 (22.1%): zur Weiterbildung

109 (38.9%): aus Langeweile

6 (2.1%): ich nutze dieses Medium nicht

10 (3.6%): Andere

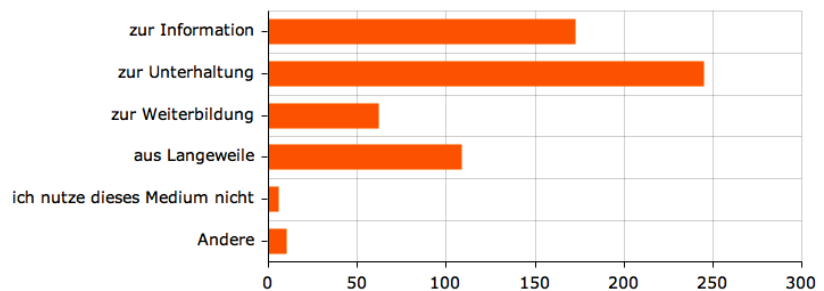


Abbildung 10: Begründung der Häufigkeit der Fernsehnutzung.

Einen weiteren interessanten Aspekt gilt es als nächstes zu erörtern, nämlich warum ein Zuschauer das Medium Fernsehen überhaupt benutzt. Hierbei waren mehrere Antworten möglich zu wählen. An erster Stelle steht der Unterhaltungsfaktor. Insgesamt 245 der 280 Personen gaben an, dass sie das Fernsehen vor allem zum Vergnügen nutzen, davon weitere 173 auch als Informationsmedium. Auffällig ist auch, dass sich als weitere Begründung der Faktor Langeweile hervorhebt. Mehr als ein Drittel gaben an fernzusehen, wenn ihnen langweilig ist und sie nichts Besseres zu tun haben. Das Fernsehen als Medium der Weiterbildung zu nutzen, bestätigten nur 62 der Befragten. Zu guter Letzt gaben einige im offenen Antwortfeld noch zusätzliche Gründe an, wie

zum Beispiel zur Entspannung, um eine Geräuschkulisse in der Wohnung zu generieren oder weil es für sie beruflich interessant ist. Immer noch zu berücksichtigen sind die sechs Befragten, die das Medium nicht nutzen.

4. Welche Programme nutzen Sie am häufigsten? *

Anzahl Teilnehmer: 280

92 (32.9%): öffentlich-rechtliche Sender (z.B. ARD, ZDF etc.)

165 (58.9%): private Sender (z.B. RTL, Pro7 etc.)

17 (6.1%): PayTV (z.B. Sky)

6 (2.1%): ich benutze das Medium Fernsehen nicht

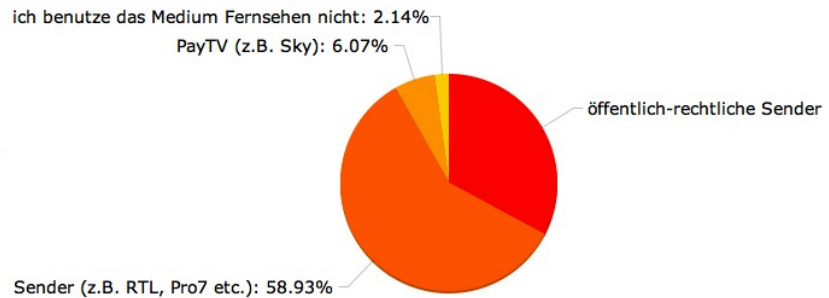


Abbildung 11: Nutzung von Fernsehanstalten.

2,1 Prozent stehen für die sechs Befragten, die das Medium an sich nicht nutzen, deshalb scheiden sie an dieser Stelle aus, da sie für die weitere Untersuchung irrelevant sind. Wenigstens 17 der Befragten gaben an, dass sie sich am liebsten durch Pay-TV, sprich kostenpflichtige Sender, unterhalten lassen. Im Gegensatz dazu nutzen nur 32,9 Prozent am liebsten das öffentlich-rechtliche Programm, mit dessen Bildungsauftrag. Interessant ist, dass insgesamt 165 Teilnehmer, sprich 58,9 Prozent, das Privatfernsehen bevorzugt einschalten.

5. Welches der angeführten Formate bevorzugen Sie?

Anzahl Teilnehmer: 280

58 (20.7%): Scripted-Reality (z.B. "Familien im Brennpunkt", "Die Schulumittler", "Berlin Tag und Nacht", "Verdachtsfälle" etc.)

30 (10.7%): Daily-Soaps (z.B. "Gute Zeiten, schlechte Zeiten", "Alles was zählt", "Verbotene Liebe" etc.)

25 (8.9%): Telenovelas (z.B. "Anna und die Liebe", Bianca, "Wege zum Glück", "Sturm der Liebe" etc.)

214 (76.4%): Ich sehe andere Formate

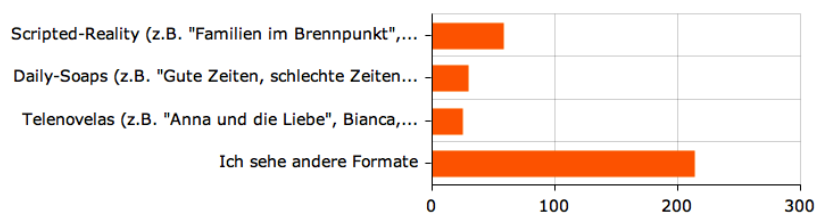


Abbildung 12: Fernsehnutzung nach Formaten.

Bei der nächsten Frage galt es festzustellen, ob das Format Scripted-Reality in der Lage ist, Daily-Series zu verdrängen. Auch hier waren wieder mehrere Antworten möglich, da der Zuschauer nicht nur eins sondern verschiedene Formate konsumiert. Laut dieser Repräsentativbefragung gaben 58 der Befragten an, Scripted-Reality Sendungen bevorzugt zu sehen. 30 Personen gaben an, dass sie Daily-Soaps gezielt sehen und nur 25 entscheiden sich für Telenovelas. Am stärksten vertreten waren jedoch die

Nutzer, die anderer Formate gewöhnlich bevorzugen. Somit lässt sich festhalten, dass der gemeine Zuschauer andere Formate meist nutzt, jedoch wenn es darum geht eine Bilanz zwischen Scripted-Reality Formaten und Daily-Serien zu ziehen, die erfundenen Geschichten aus dem „wahren“ Leben klar beliebter sind.

6. Wenn Sie ein Scripted-Reality Format auswählen, warum haben Sie sich dafür entschieden?

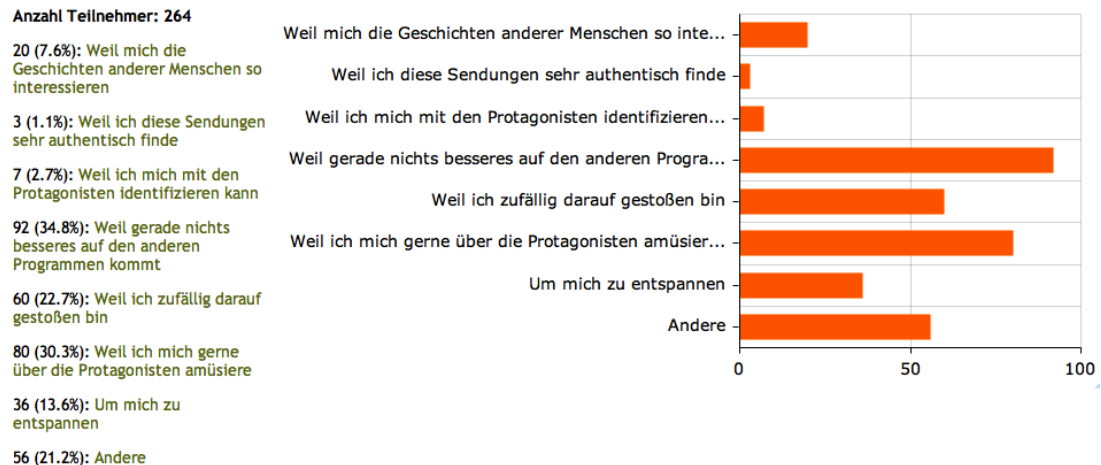


Abbildung 13: Begründung der Nutzung von Scripted-Reality-Formaten

165 der befragten Personen haben zuvor angegeben, dass sie bevorzugt private Sender nutzen, somit sollten sie auch mit dem Programm und auch mit dem Format Scripted-Reality verbunden sein. Deshalb gilt festzustellen, warum Zuschauer dieses Format nutzen, wobei auch hier mehrere Antwortmöglichkeiten wählbar waren, da es ja auch mehrere Beweggründe geben kann sich eine Sendung anzuschauen. Ein sehr geringer Teil der Befragten war wirklich an der Sendung und deren Inhalten interessiert. Diese stellen den Teil der Bevölkerung dar, welcher der Meinung ist, dass die Formate glaubwürdig sind und dem realen Leben entsprechen. Sieben Befragte gaben sogar an, dass sie sich mit den darin vorkommenden Protagonisten identifizieren können.

Jedoch rund 92 Personen gaben an, dass sie dieses Format „nicht ganz freiwillig“ anschauen, sondern weil die anderen Sender im Nachmittags- oder Vorabendprogramm nichts anbieten, das ihren Zuschauerwünschen entgegen kommt. Die zweite größere Gruppe mit 80 Beteiligten gibt aber zu, dass sie sich an diesem Format nur bedienen, da sie sich gerne über die Protagonisten amüsieren. Andere 60 Befragten stoßen zufällig auf Scripted-Reality Sendungen und bleiben dann sozusagen „hängen“. Wiederum ein Viertel wählte die Antwortmöglichkeit „zur Entspannung“ aus, da sie sich durch die einfachen Dialoge und Handlungen berieseln lassen möchten. Im offenen Antwortfeld gaben rund 56 Personen noch weitere Gründe zur Wahl dieses Formats an, wie zum Beispiel: „Weil ich mich vertan habe. Absichtlich würde ich mir so einen Schrott nie antun.“

6.2 Folge: Stereotypen und Märchenfiguren

Wie durch die Auswertung der Online-Umfrage in Kapitel 6.1 ersichtlich war, schalten rund 80 der 280 Befragten Personen das Format Scripted-Reality ein, um sich über die Protagonisten lustig zu machen. Da sich dieses Format an immer wiederkehrenden alltäglichen Inhalten orientiert und immer wieder Klischees als Grundlage nutzt, kommt es zu Bildung von Stereotypen. Ein sehr vereinfachtes Beispiel ist der Hartz-IV-Empfänger. Eigentlich ist er vom Grundkonzept „nur“ arbeitslos und bezieht vom Staat Geld um zu überleben. Durch das vermehrte Darstellen und Verzerrern dieser Lebenslage, hat sich das Bild des gemeinen Hartz-IV-Empfängers verändert. Für einen Großteil der Bevölkerung Deutschlands ist dieser jetzt automatisch, entweder unordentlich oder nicht sehr reinlich, dick und besitzt zusätzlich einen niedrigen Intelligenzquotienten, weil er sich nicht sehr gewählt ausdrückt. Diese Anschauungen haben sich in einigen Köpfen festgefahren, da sie immer wieder so im Fernsehen dargestellt werden.

Dabei werden von den Produzenten oftmals die Kinder und Jugendlichen vergessen, welche auch Zugang zu diesen Formaten haben. Diese Heranwachsenden sind noch geistig und moralisch in ihrer Entwicklung. Sie finden ihre Rolle im Leben erst nachdem sie Dinge erlebt oder bei jemand anderem gesehen haben. Laut der Gewerkschaft für Erziehung und Wissenschaft (GEW) des Landesverband Hessen können diese deshalb auch durch solche Formate negativ in ihrer Rollenfindung beeinflusst werden. Wenn jemandem etwas ständig vorgelebt wird, dann wird es irgendwann für normal gehalten und dieser passt sich dieser „Normalität“ dann an. Somit können Fernsehinhalte verstärkend wirken. Das bedeutet nicht, dass jeder automatisch so wird, wie einem im Fernsehen vorgelebt wird, sondern je nachdem welche Neigungen schon vorhanden sind, können durchaus weitere Tendenzen verstärkt werden.⁹⁶

„Jugendschützer argumentieren ganz grundlegend mit Irreführung und Desorientierung, wenn es um Scripted Reality-Formate geht. Ihnen gefällt nicht, wie Sexualität und Gewalt dargestellt werden. Das ist ihnen oft zu holzschnittartig, zu hart und somit grenzwertig.“⁹⁷

96 vgl. GEW Hessen 2012: Die raffinierte Versuchung - „Scripted Reality“ und ihre falsche Wirklichkeit. URL: http://www.gew-hessen.de/index.php?id=296&tx_ttnews%5Bpointer%5D=4&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4893&tx_ttnews%5BbackPid%5D=761&cHash=9e3469a922840f6df43f258a9b288774 (19.01.2014)

97 zit. GEW Hessen 2012: Die raffinierte Versuchung - „Scripted Reality“ und ihre falsche Wirklichkeit. URL: http://www.gew-hessen.de/index.php?id=296&tx_ttnews%5Bpointer%5D=4&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4893&tx_ttnews%5BbackPid%5D=761&cHash=9e3469a922840f6df43f258a9b288774 (19.01.2014)

Die privaten Fernsehanstalten widersprechen dieser Aussage der GEW, indem sie behaupten, dass man Jugendliche nicht unterschätzen dürfte und diese sehr wohl den Unterschied zwischen gestellten und echten Szenen ausmachen können.⁹⁸

Der Jugendschutz schreitet trotzdem ein. Beispielsweise musste der private Sender RTL II im Jahr 2012 ein Bußgeld zahlen wegen des rauen Sprachgebrauchs der Protagonisten und der häufigen Darstellung von Alkoholmissbrauch und vor Ausstrahlung der darauf folgenden Staffel mussten die einzelnen Folgen von dem zuständigen Rundfunkrat erst abgenommen werden.⁹⁹

98 Siehe auch Fernsehbeitrag 2011: <http://daserste.ndr.de/panorama/archiv/2011/luegenfernsehen127.html> (05.01.2014)

99 vgl. GEW Hessen 2012: Die raffinierte Versuchung - „Scripted Reality“ und ihre falsche Wirklichkeit. URL: http://www.gew-hessen.de/index.php?id=296&tx_ttnews%5Bpointer%5D=4&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4893&tx_ttnews%5BbackPid%5D=761&cHash=9e3469a922840f6df43f258a9b288774 (19.01.2014)

7 Fazit

Anhand der gesammelten Daten gilt es grundsätzlich festzuhalten, dass das Medium Fernsehen immer noch eine wichtige Rolle im alltäglichen Leben der deutschen Bevölkerung spielt. Die anfangs aufgestellte These „Scripted-Reality-Formate verdrängen Daily-Serien“ konnte anhand der Online-Umfrage bestätigt werden, jedoch ist dies nicht durch die veränderte Nachfrage der Zuschauer geschehen, wie zu Beginn angenommen.

Durch die Analyse der relevanten Formate konnte festgestellt werden, dass es nicht an einem „innovativen“ Dramaturgieaufbau liegt, dass Scripted-Reality-Formate hohe Einschaltquoten bringen. Es liegt auch nicht an dem speziellen Produktionsablauf oder der großartigen Schauspielführung durch den Realisator. Reality-TV-Formate an sich haben sich schlicht einfach aus der Not der finanziellen Mittel der Sender, durch die Werbekrise bedingt, herausgebildet. Dies hatte zur Folge, dass die kostspieligere Produktion von deutschen fiktionalen Daily-Serien nach und nach eingestellt wurde. Immer weniger Leute waren bereit, der Öffentlichkeit einen Einblick durch Doku-Soaps ins wahre Leben zu schenken oder auch weil die interessanten Geschichten ausgingen, wurde das Format durch „das Leben nach Drehbuch“ abgelöst.

Der durchschnittliche Zuschauer einer Daily-Soap und einer Telenovela ist extrem loyal, wie wir bereits festgestellt haben. Wenn das Lieblingsformat jedoch abgesetzt wird, dann muss es durch etwas anderes ersetzt werden. Obwohl sich der Fernsehmarkt seit 2008 von der Krise erholen konnte, wurden trotzdem weitere Scripted-Reality Sendungen für das Nachmittags- und Vorabendprogramm der Privatsender ins Leben gerufen. So besteht das Programm der privaten Fernsehanstalten einfach zum großen Teil aus Realitätsfernsehen, sodass viele Rezipienten auch gar nicht in der Lage sind, diesen Formaten auszuweichen. Natürlich sind die verwendeten Stilmittel förderlich, da der Zuschauer sich durch die eingesetzte Handkamera, wirklich als unsichtbarer Beobachter fühlen kann, aber laut der durchgeführten Umfrage geschieht die Nutzung dieser Formate eher unfreiwillig.

Meiner Meinung nach ist Scripted-Reality nur ein Trend, den die privaten Fernsehanstalten finanziell ausnutzen. Das Fernsehprogramm hat sich, wie wir erkennen konnten, stetig verändert. Jedes Jahrzehnt in der Fernsehgeschichte unterlag einem gewissen Format. Im Moment ist der Bedarf eines solchen Realitätsfernsehens gegeben. Nichtsdestotrotz finde ich es sehr schlimm, dass sich viele Zuschauer an den gespielten Konflikten des Scripted-Reality-Fernsehens ergötzen. Da es nämlich inzwischen so

viele Doku-Soaps, Reality-Soaps und Scripted-Reality-Sendungen gibt, die parallel zueinander ausgestrahlt werden, sind nicht alle Rezipienten mehr in der Lage Fiktion von Realität zu trennen und wollen dies auch nicht. Durch solche Formate erscheinen ihnen ihre eigenen Schicksale vielleicht nicht mehr so dramatisch und sie können sich dadurch besser fühlen. Ich persönlich finde es sehr schade, dass dieser Trend so lange andauert, weil für mich war und ist Film und Fernsehen schon immer Etwas kunstvolles, das einen gewissen Anspruch stellt. Auch wenn man jetzt Daily-Serien nicht als hochwertige Kunst bezeichnen kann, finde ich, dass sie sich wenigstens bemühen den Schein der magischen Filmwelt zu wahren. Irgendwann wird ein neues Format auf den Markt kommen, das es in der bisherigen Form noch nicht gab und auch die jetzigen Scripted-Reality-Sendungen von ihrem momentanen Thron vertreiben.

Summa summarum kann festgehalten werden: Daily-Soaps und Telenovelas werden von Scripted-Reality Formaten nach und nach in den Hintergrund gedrängt, jedoch geschieht dies nicht auf ausdrücklichen Wunsch der Zuschauer, sondern aus reinem profitorientiertem Denken der privaten Fernsehanstalten.

Aber steht es nicht jedem Rezipienten schlussendlich frei selbst zu entscheiden, was und welches Fernsehprogramm er konsumieren möchte?

Literaturverzeichnis

- BLAES Ruth/ HEUSSEN Gregor A. (Herausgeber): ABC des Fernsehens, UVK Medien, Konstanz, 1997
- EICK Dennis: Programmplanung – Die Strategien deutscher TV-Sender, UVK, 2007
- GANGLOFF/ABARBANELL Stephan (Herausgeber): Liebe, Tod und Lottozahlen, GEP-Buch im J.S. Steinkopf Verlag Hamburg-Stuttgart, 1994
- KARSTENS/SCHÜTTE: Firma Fernsehen – Wie TV-Sender arbeiten, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1999
- KLASBRUNN M.M.: Telenovela - Die allabendliche Faszination, bkV Brasilienkunde Verlag Mettingen, 1987
- KEPPLER Angela: Wirklicher als die Wirklichkeit?, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1994
- LANDBECK Hanne: Generation Soap – Mit deutschen Seifenopern auf dem Weg zum Glück, Aufbau Taschenbuch Verlag, Berlin 2002
- LÜCKE Stefanie: Real Life Soaps – Ein neues Genre des Reality-TV, Lit Verlag Münster, 2002
- VAN APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernsehproduktion, TR-Verlagsunion, München, 1992
- WEGENER Claudia: Reality-TV – Fernsehen zwischen Emotion und Information, GMK Schriftenreihe Leske+Budrich, Opladen 1994
- WEIß Nicola: Daily Soaps – Das Geheimnis deutscher Seifenopern, VDM Verlag Dr. Müller, Düsseldorf 2004
- WIEGARD Daniela: Die 'Soap Opera' im Spiegel der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, Tectum Verlag, Marburg 1999
- ARBEITSGEMEINSCHAFT der Landesmedienanstalten 1991: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, URL: http://www.dvtm.net/fileadmin/pdf/gesetze/13._RStV.pdf (16.12.2013)

- BUNDESZENTRALE für politische Bildung 2013: Deutsche Telenovelas. URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/147466/deutsche-telenovelas> (22.12.2013)
- BÖHLKE-WEBER Rainer 2009: Grundlagen der Dramaturgie. URL: http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/medien/aktive_medienarbeit/pdf/Grundlagen_der_Dramaturgie.pdf (08.01.2014)
- GEW Hessen 2012: Die raffinierte Versuchung - „Scripted Reality“ und ihre falsche Wirklichkeit. URL: http://www.gew-hessen.de/index.php?id=296&tx_ttnews%5Bpointer%5D=4&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4893&tx_ttnews%5BbackPid%5D=761&cHash=9e3469a922840f6df43f258a9b288774 (19.01.2014)
- HABERMÜLLER Stefanie 2002: Untersuchung zu einer populären Daily Soap und ihrer medienübergreifenden Vermarktung. Diplomarbeit. URL: http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/pdfs/da_verbotene_liebe.pdf (12.01.2014)
- JUNKLEWITZ Christian 2012: Was ist eine Serie? Definition. URL: <http://www.serienjunkies.de/news/ask-junkie-serie-38114.html> (19.12.2013)
- KANDORFER Pierre 1976: Dramaturgie. Lehrbuch der Filmgestaltung. URL: <http://www.fvalu.ch/images/pdf/dramaturgiekandorfer.pdf>
- KINATEDER Birgit 2012: Klassische Erzählformen. URL: <http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/25-2012-2/dramaturgie.pdf> (08.01.2014)
- KIRSCH Gunther 2001: Produktionsbedingungen von Daily-Soaps: ein Werkstattbericht. Zeitungsartikel montage av. URL: http://www.montage-av.de/pdf/101_2001/10_1_Gunther_Kirsch_Produktionsbedingungen_von_Daily_Soaps.pdf
- KREI Alexander 2012: Schlechte Zeiten – Dailysoaps verstärkt unter Druck. Quotenanalyse. URL: http://www.dwdl.de/untermstrich/38318/schlechte_zeiten_dailysoaps_verstaerkt_unter_druck/ (18.01.2014)
- LUTZ/FLASDICK 2009: Zwischen Boom und Krise: Der Medien(arbeits)markt im 21. Jahrhundert. Artikel in MMB-Branchenmonitor. URL: http://www.mmb-institut.de/monitore/branchenmonitor/MMB-Branchenmonitor_2009_I.pdf (16.01.2014)

- MEDIENANSTALT HAMBURG: Wie entsteht eine Reality-TV Show? Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel. Modularbeit. URL: http://www.mahsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/02_Schein__Sein_Modul_2.pdf (13.01.2014)
- QUITZSCH Florian 2008: Die Entwicklungsgeschichte der lateinamerikanischen Telenovela. URL: <http://www.quetzal-leipzig.de/themen/kultur/medien-und-kommunikation/die-entwicklungsgeschichte-der-lateinamerikanischen-telenovela-von-den-anfangen-bis-zur-transkulturellen-verbreitung-19093.html> (20.12.2013)
- RADERMACHER Thorsten 2001: Kurze Einführung in die Fernsehgeschichte. Vorlesungsmitschrift eines Studenten. URL: <http://www.medienstudent.de/studi/tv-gesch.htm> (17.12.2013)
- RIEDNER/WEIß 2014: TV-Markt: ZDF bleibt Marktführer. Quotenanalyse 2013. URL: <http://www.quotenmeter.de/n/68230/tv-markt-zdf-bleibt-marktfuehrer> (18.01.2014)
- ROSENBACH Marcel/TUMA Thomas 2006: Wir brauchen Zirkus. Interview mit Helmut Thoma. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-49767420.html> (17.12.2013)
- SCHIERTZ Nicole 2013: Fernsehen und Radio für jedermann – der öffentlich-rechtliche Rundfunk. URL: <http://www.schekker.de/content/fernsehen-und-radio-für-jedermann—der-öffentlich-rechtliche-rundfunk>
- STICHLER Christian 2010: Scripted Reality – eine Chance für den NDR? AG DOK veröffentlicht internes Papier des NDR. URL: http://agdok.de/de_DE/politics/127389/hpg_detail (23.12.2013)
- TROST Gabriele 2010: Fernsehen in Deutschland, URL: http://www.planetwissen.de/kultur_medien/radio_und_fernsehen/fernsehgeschichte_in_deutschland/index.jsp (17.12.2013)
- WEIß/AHRENS 2011: Scripted Reality – Die fiktive Realität der neuen Fernsehunterhaltung. Auszug aus Programmbericht 2011. URL: http://www.goefak.de/materialien/goefak_scripted_reality_draft_hjw2.pdf (23.12.2013)
- WIDLOK Peter 2013: die medienanstalten-PM 11/2013: Jahresrückblick 2013: Zwischen „Casting-Shows“ und der Forderung nach neuen Medienrecht. Pressemitteilung. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilungen/die-medienanstalten/detailansicht/article/die-medienanstalten-pm-112013-jahresrueckblick-2013-zwischen-casting-shows-und-der-forderun.html> (18.01.2014)

Anlagen

Anlage 1: Interview mit einer Ex-Mitarbeiterin der Produktionsfirma
„Filmpool“

Anlage 1: Interview mit einer Ex-Mitarbeiterin der Produktionsfirma „Filmpool“

Zum Thema Scripted-Reality findet man manches an Literatur und auch einiges im Internet. Die meisten Beiträge, Artikel und Analysen befassen sich jedoch mit dem Inhalt und die Auswirkungen auf den Rezipienten, oder es wird sich darüber beschwert wie schlecht dieses Format doch sei. Jedoch zum eigentlichen Produktionsablauf oder wer hinter den Kulissen arbeitet, gibt es keine Abhandlungen. Deshalb habe ich mich direkt an die Quelle begeben und mit einer Ex-Mitarbeiterin der Produktionsfirma „film pool“ unterhalten. „film pool“ ist ein Unternehmen der MME MOVIEMENT AG und gehört zu den größten unabhängigen Film- und Fernsehproduzenten Deutschlands. Die Abteilung „film pool entertainment“ gilt in als Marktführer im Bereich Scripted-Reality und produziert zum Beispiel die Sendungen „Verdachtsfälle“, „Berlin -Tag & Nacht“ oder „Familien im Brennpunkt“. Die Ex-Mitarbeiterin Daniela Simon ist 33 Jahre alt und hat schon bei mehreren Produktionsfirmen gearbeitet. Von Set-Runner bishin zu Set-Aufnahmeleitung, von Praktikantin über die Scriptabteilung bis hin zur Regieassistentin hat sie schon einige Berufsfelder bei „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Marienhof“, „Eine für alle“, „Familien im Brennpunkt“, „Familienfälle“ und „X-Diaries“ kennengelernt und selbst Erfahrungen sammeln können. Aktuell arbeitet sie als Script und Continuity bei der Telenovela "Sturm der Liebe", jedoch nimmt sie sich immer wieder eine Auszeit, um bei Scripted-Reality Formaten mitarbeiten zu können. Warum sie das macht und wie die Abläufe bei diesem "verrufenem" Format sind, habe ich im folgendem Interview erörtert.

Villotti Elisabeth: „Daniela, du hast für die Produktionsfirma "Film pool" gearbeitet. Wie lange, für welche Formate genau und in welcher Position hast du dort gearbeitet?“

Simon Daniela: „Ich habe von Anfang an immer als Set-Aufnahmeleiterin für Film pool gearbeitet und ich habe es geliebt! Deshalb wollte ich auch nie eine andere Position bei einem Scripted-Format besetzen. Angefangen habe ich mit mit der Sendung „Familienfälle“, jedoch in den Sommermonaten hat es mich immer in die Wärme verschlagen und bin dann nach Mallorca geflogen, um bei „X-Diaries“ mitzuarbeiten, das konnte ich mir nicht nehmen lassen. Als ich Anfang 2013 nach München gezogen bin, da ich eine Stelle beim Sturm der Liebe bekommen habe, musste ich mir nach einem halben Jahr schon zwei Monate urlaub nehmen, damit ich Formate, wie „Familien im Brennpunkt“ und natürlich auch „X-Diaries“ wieder drehen konnte. Seit ich damit angefangen habe komme ich nicht mehr davon los. Leider habe ich nur anderthalb Jahre dort arbeiten können, aber immer wenn sich eine Gelegenheit auftut, bin ich nicht abgeneigt aus-

zuhelfen. Wenn ich so darüber nachdenke, wäre es eigentlich wieder mal Zeit bei so etwas mitzuarbeiten.“

V.E.: „Viele behaupten ja immer, dass Scripted-Reality-Formate total schlecht gemacht seien, die Handlungen total überzogen und die Darsteller grottenschlecht. Warum zieht es dich immer wieder zu diesem Format hin?“

S.D.: „Dass das dabei entstehende Produkt jetzt nicht gestalterisch hochwertig oder Kunst ist, weiß ich auch. Aber die Arbeit mit dem Team ist toll, also ich meine wir sind ja nie mehr als 6 oder 7 Leute pro Team, jedoch wächst man mit diesen, wenn auch nur für eine kurze Zeitspanne, zusammen, weil man total komische und unberechenbare dinge erlebt. Jeder Drehtag bedeutet Spannung. Wenn man morgens zur Arbeit geht, weiß man nie so genau, was auf einen zukommt. Wie die Laien sind, wo man Mittagspause machen wird, wie die Drehorte aussehen oder wenn man im freien dreht, ob das Wetter hält. Klar muss man aufs äußerste flexibel sein, aber genau diese Ungewissheit und mit den Herausforderungen klar zu kommen, liebe ich. Es ist dann auch wieder ganz angenehm wenn man bei einer Daily-Soap oder ähnlichem arbeitet, weil man einen strukturierten Tag hat, jeder genau weiß, was er wann zu tun hat, aber auf die Dauer ist das nichts für mich, ich muss immer wieder aus dieser Struktur ausbrechen.“

V.E.: „Das klingt ja alles ein wenig chaotisch, was sind denn so die häufigsten Schwierigkeiten?“

S.D.: „Mir ist schon so einiges passiert. Einmal hatten wir einen dermaßen schlechten Laienschauspieler, dass wir nach zwei Szenen im Büro anrufen mussten u wir den nach hause geschickt haben. Dann mussten wir so um die zwei stunden warten bis Ersatz kam. Der kannte natürlich das Drehbuch nicht und musste erst einmal vom Realisator eingearbeitet werden. Weil wir am vormittag so viel zeit verloren haben, haben wir nicht wie normal von 08.30 - 18.30 Uhr gedreht, sondern bis 20.30. Das Problem das zusätzlich noch dazu kommt ist, dass man den Vermieter des Motivs überreden muss, dass man noch länger bleiben darf, entweder mit guten Worten und ansonsten mit noch mehr Geld als er die stunde normalerweise eigentlich bekommen würde. Normalerweise wird aber auch nicht bis 18.30 Uhr gedreht, sondern so lange bis die Dispo komplett durchgearbeitete wurde. In ganz schlimmen fällen, wenn einer der Darsteller zum beispiel krank wird nach ein zwei Drehtagen, dann kann es auch passieren, dass man am Wochenende nachdrehen muss mit einem neuen Darsteller. Es kann auch durchaus passieren, dass es zu Verzögerungen kommt, weil man von Passanten angesprochen wird, ob man vom Fernsehen sei und von welchem Sender. Junge Leute haben dann auch die schlechte Angewohnheit ins Bild zu laufen und irgend einen blöden

Spruch in die Kamera zu schreien, was natürlich nicht ausgestrahlt werden kann, da es ja sonst nicht mehr nach dem realen leben für die Leute zu hause ausschaut. Das kann manchmal lustig sein, aber auch sehr anstrengend und zeitraubend.“

V.E.: „Wenn du schon sagen, dass es so chaotisch ist, dann muss ja trotzdem versucht werden soviel wie möglich im vornherein zu planen. Wie schaut denn so eine Vorbereitung aus?“

S.D.: „Montag ist für alle Teams immer der Vorbereitungstag und von Dienstag bis Freitag wird dann gedreht. Pro Woche eine folge. Da unsere Formate täglich ausgestrahlt werden, müssen eben mehrere Teams, meistens so 5-10 Teams, gleichzeitig drehen, damit man genug an die Sender abliefern kann. Beim Ablauf kann ich dir die dinge nur aus meiner Sicht als Set-Aufnahmeleiterin erzählen. An jedem Montag bin ich ins Büro gefahren und habe mir in der ersten Aufnahmeleitung mein Buch geholt, das sogenannte „Locationbuch“. Dort sind die Motive der ganzen Woche aufgelistet. Also jeder Szene wird das Motiv beigelegt mit Fotos und Anfahrtsbeschreibungen. Selbst sehe ich den Drehort auch immer erst wenn wir da sind. Dann bespricht man noch mit dem Aufnahmeleiter im Büro, welche räume jeweils als Drehort und welche zum Beispiel zum umziehen der Darsteller verwendet werden dürfen. Dann wird auch noch besprochen, welche Requisiten man aus der Wohnung vor Ort verwenden darf, also das gilt dann für Geschirr zum Beispiel. Die anderen Abteilungen, zum beispiel der Realisator trifft sich auch immer am Montag mit dem Producer. Die zwei haben dann so eine Art Buchbesprechung und sprechen die Szenen durch, um alle inhaltlich und gestalterischen Fragen noch zu klären. So ein Drehbuch besteht dann aus 21 bis 24 Szenen, wovon dann ca. 6-8 pro tag gedreht werden können. Im Anschluss telefoniert dann der Realisator noch mit dem Hauptcast, um alles für den ersten Drehtag zu besprechen. Dann gibt es noch den Kameramann und seinen Assistenten, die ihre Technik vorbereiten indem sie checken, ob alles funktionsfähig ist. Das sind auch die Leute die am Set dann die nächsten tage zusammenarbeiten werden. Im Büro selbst gibt es eben wie gesagt den 1. Aufnahmeleiter, den Producer, dann noch der Produktionsleiter und seinen Assistent, die Locationmanager, die Motivscouts, die Besetzungsabteilung, die Kostümbildner und Requisiteure. Diese organisieren den dreh vom Büro aus und sind nie am Set. Auch die Abteilungen Kostüm und Requisite nicht. Diese bereiten anhand der Drehbücher immer am Vortag Requisitenkisten und Kleidersäcke für alle Teams vor, die dann am nächsten morgen ans Set gebracht werden. Die Besetzungsabteilung sucht die Laiendarsteller für jedes Drehbuch aus der hauseigenen Datenbank aus. Dann gibt es eben noch die Motivscouts. Die sind dafür zuständig, immer je nach Drehbuch, die passenden Motive zu finden und auch die Vermieter davon zu überzeugen,

dass sie ein Kamerateam zum Beispiel in ihre Wohnung oder ihr Geschäft lassen. Die Locationmanager sind dann dafür zuständig die Drehorte in einer Datenbank zu erfassen und zu organisieren und zu planen, wann was in welcher Wohnung gedreht wird. So sollte der Zuschauer zu Hause dann nicht erkennen, dass in der Wohnung schonmal gedreht wurde.“

V.E.: „So schaut also grob die Vorbereitung aus, wie schaut es denn mit einem Drehtag aus?“

S.D.: „Also morgens bin ich immer ins Büro gefahren und hab mit meinem Set-Runner den Kleinbus, die Requisitenkisten und die Kleidersäcke geholt. Dann sind wir an der Basis vorbeigefahren. Die Basis ist ein und dieselbe für alle Teams. Dort gibt es eine Gästebetreuung, die die Darsteller empfängt und checkt, ob alle da sind. Von dort aus bin ich dann immer mit dem Hauptcast weiter zum eigentlichen Drehort gefahren. Der Hauptcast verbringt den ganzen tag mit dem Team, kleinere Rollen bleiben an der Basis und werden dann erst bei Bedarf von der Gästebetreuung mit einem Fahrer ans entsprechende Set gefahren. Am Set angekommen, bekommt man vom Motivinhaber erst eine kurze Erklärung, wo man überall hin darf und wo nicht. Dann bekommt er den Motivvertrag, wo draufsteht wie viel Geld er bekommt und gibt damit seine Einverständniserklärung ab. Der bleibt dann auch meistens die ganze Zeit am Motiv, außer er vertraut dem Team so, dass er uns den Schlüssel überlässt und geht, was jetzt aber nicht so häufig vorkommt. Am Set selbst gibt es normalerweise eigentlich nur sechs Personen: den Realisator, den Kameramann, den Kameraassistenten, den Scripter, den Set-Runner und mich den Set-Aufnahmeleiter. Der Kameramann setzt auch gleichzeitig Licht und der Kameraassistent macht eigentlich den Ton. Der Set-Runner ist für die Requisiten aus dieser vorbereiteten Kiste verantwortlich. Der Scripter protokolliert die gedrehten Szenen und achtet darauf, dass die Darsteller das richtige Kostüm für den richtigen Spieltag aus dem Kleidersack anziehen. Manchmal dürfen die Laien auch ihre eigenen Privatsachen anbehalten. Maske gibt es im übrigen auch keine, jeder Darsteller ist selbst für sein Aussehen verantwortlich. Meine Aufgabe war mich, wie von jedem anderen Set-AL auch, zu schauen, dass wir in der zeit liegen, dass alle Darsteller rechtzeitig fertig werden, fürs Mittagessen irgendwas zu organisieren und natürlich darauf zu achten dass an den Drehorten nichts beschädigt wird, was nicht immer so einfach ist, weil wenn man zum Beispiel Teenie-Poster mit Tesa an die Wand geklebt hatte, weil es zur rolle passte, und dann beim abziehen ein stück von der wand mit abgeht, musst du des auch erstmal dem Vermieter erklären. Natürlich kriegt er dafür Schadenersatz und das wird auch alles dokumentiert, aber jeder Motivgeber reagiert da etwas anders.“

V.E.: „Jetzt haben wir über alle Bereiche am Set gesprochen bis auf den Realisator. Wie arbeitet der mit den Laiendarstellern?“

S.D.: „Das ist von Realisator zu Realisator unterschiedlich. Typisch für alle ist, dass es vor jeder Szene für die Laien vom Realisator ein Briefing gibt. Dort wird die Szene manchmal nur besprochen, manchmal auch geprobt, je nachdem eben. Bei den Realisatoren gibt es ganz unterschiedliche Menschen. Manche sind richtige Idioten und verhalten sich so ätzend, dass sie die Laien an ihre Grenzen treiben. Andere wiederum gehen richtig auf die ein und versuchen denen nicht nur Anweisungen zu geben sondern auch Vorschläge anzuhören und mit einzubauen.“

E.V.: „Was mich noch interessieren würde, sind das eigentlich alles Festangestellte von denen wir bisher gesprochen haben, oder Freiberufler?“

S.D.: „Also alle Leute im Büro sind konstant angestellt. Normalerweise gehören zu einem festen Drehteam, das jede Woche im Einsatz sind, der Set-AL, der Scripter und der Set- Runner. Manche Realisatoren sind auch teilweise von „filmpool“ selbst angestellt, aber es gibt auch viele externe, die dann eben nur geholt werden, wenn Bedarf da ist. Kameramänner und denen ihre Assistenten sind immer extern, also Freiberufler. Die bringen dann auch meistens ihre eigene Technik mit, ansonsten wird sie eben vom Verleih geholt.“

E.V.: „Warum würdest du sagen, dass du so gerne bei Scripted-Reality-Formaten arbeitest?“

S.D.: „Wie gesagt ich habe immer sehr gerne Scripted-Reality gemacht, weil es trotz, dass es chaotisch war, auch sehr lustig und spannend. Es wird zwar viel improvisiert, weil man auch jede Woche mit neuen Leute Zusammenarbeitet, aber genau das macht den Reiz aus. Manchmal ist es dann auch schön wenn man bei einem eingefahrenen Format, wie damals bei „Marienhof“ gearbeitet hat. Dort hat man mit Profis zusammengearbeitet und kam pünktlich von der Arbeit raus. Das Schöne an Scripted-Reality finde ich vor allem, dass, weil es ein kleines Team ist, man sich besser kennenlernt und auch jeder mit anpackt. Jeder hilft jedem. Der Scripter hält auch mal den Tonmischer und ich trag die Kamera wenn wir einen Motivwechsel haben. Alles kann vorkommen. Es ist schwierig zu sagen wo ich lieber arbeite, jedes Format hat so seine Vorteile, aber auch seine Nachteile.“

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, den TT. Monat JJJJ

Vorname Nachname